الإعلام الإلكترونى والمحمول

بين المهنية وتحديات التطور التكـــــنولوجى

وسام كمال



دار الفجر للنشر والتوزيع

الاعلام الالكترونى والمحمول

بين المهنية وتحديات التطور التكنولوجى

الاعلام الالكترونى والمحمول

بين المهنية وتحديات التطور التكنولوجى

تأليف

وسام كمــال

دار الفجر للنشر والتوزيع

2014

الاعلام الالكترونى والمحمول

بين المهنية وتحديات التطور التكنولوجى

تأليف

وســـــام كمــــال

رقم الإيداع	حقوق النشر
23183	الطبعة الأولى 2014
الترقيم الدولي I.S.B.N. 978-977-358-308-8	جميع الحقوق محفوظة للناشر

دار الفجـــر للنشـــر والتـــوزيـــع

4 شارع هاشم الأشقـــر – النـــزهة الجديـــدة

القاهـــرة – مصـــر

تليفون : 26242520 – 26246252 (00202)

فاكس : 26246265 (00202)

E-mail : info@daralfajr.com

«تَعَلَّمُوا العِلْمَ فإنّ تعلُّمَهُ لِلّٰهِ خَشْيَةٌ، وَطَلَبَهُ عِبَادَةٌ، ومُدَارَسَتَهُ تَسْبِيحٌ، والبَحْثَ عنهُ جِهَادٌ، وَتَعْلِيمَهُ مَنْ لا يَعْلَمُ صَدَقَةٌ، وَبَذْلَهُ لأهْلِهِ قُرْبَةٌ. وَهُوَ الأَنِيسُ في الوَحْدةِ، والصاحِبُ في الخَلْوَةِ. ...»

[الصحابي الجليل معاذ بن جبل]

المحتويات

مدخل عـام



يستدعي تطور ونمو المجتمعات الإنسانية على الصعيد العـالمي، وفي مختلـف المجـالات، دراسة جميع المؤثرات والمتغيرات المحلية والدولية؛ لأن وتيرة التطـور أصـبحت متلاحقـة، بمـا يدعو إلى فهم الواقع فهماً عميقاً من أجل إدراك متطلبات المستقبل. فإن عجلة التاريخ كانت تعمل عبر الأزمنة بكفاءة مَرْكبة تجرها الخيول، إلا أنها منذ عقود صارت تنطلق إلى المستقبل بسرعة الضوء!

ويعتبر الإعلام من أهم الساحات المؤثرة على الصعيد العالمي في نمـو المجتمعـات، فعـلى سبيل المثال لا يمكن إغفال الدور الذي لعبته شبكة قنوات الجزيرة في إكساب دولة قطر قدرًا هائلاً من القوى الناعمـة، بـل وتسـعى هـذه الدولـة الصـغيرة (حـوالي 11 ألـف كـم^{2}) إلى أن توظـف مؤسسـة الجزيـرة في سـاحة العلاقـات الدوليـة بعـد أن أصـدرت قـرارًا بتحويلهـا إلى مؤسسة غير ربحية ذات نفع عام. وهنـاك علامـات اسـتفهام ونقـاش جـاد حـول دور شـبكة الجزيرة في التغيرات الإقليمية وتفاعلات الربيع العربي، وبخاصة في مصر.

ومن جهة أخرى.. تأثر الإعلام ووسائل الاتصال بالتطور التكنولوجي، ولكنهما أثَّرا بالقدر ذاته في السوق الاقتصادية، والسياسات الدولية والمحلية، وفي الثقافات القومية.. حتى اقتربت وسائل الإعلام أكثر من الإنسان، واستحوذت الشاشات الثلاث (التلفاز/ المحمـول/ الكمبيـوتر) عليه بشكل يدعو أحيانا إلى القلق.

وكانت وسائل الإعلام قد استقرت حينـاً مـن الـدهر عـلى ثلاثـة قوالـب: نصـية بصريـة (الصحف المطبوعـة)، سـمعية (الراديـو)، سـمع/ بصريـة (التليفزيـون). ولكـن حـدثت عـدة تطورات جذرية في وسائل الاتصال والإعلام عبر العقود الأربعة الأخيرة، أهمها:

1- ظهور الإنترنت، وسيلةً جامعةً لسمات وسائل الإعلام السابقة.

2- ظهـور العديـد مـن "الوسـائط" الإلكترونيـة، ذات الاسـتخدام الفعَّـال في سـياق "الإعـلام الجديد"، كـ "آي باد" وأجهـزة الحاسـوب الكَفِّيـة "التابلـت". فضـلاً عـن انتشـار وتطـور تقنيات التليفون المحمول مع إمداده بخدمات الإنترنت.

3- دأب العلماء على تطوير خصائص جديدة للوسائل الإعلامية؛ تقوم على مضاهاة واستثارة حواس الإنسان كاللمس والشم.. كما أمكن عرض المواد الفيلمية بخاصـية الرؤيـة ثلاثيـة الأبعـاد D3 عـبر التليفزيـون والسـينما، وأيضـا الإنترنـت عـبر تكنيـك معـين عـلى موقـع "يوتيوب".. وهذا ما يثير المزيد من التساؤلات حول مستقبل الإعـلام وآفـاق تـأثيره عـلى مستوى الأفراد والجماعات والدول.

4- بروز عدة ظواهر إعلامية جديدة مؤثرة على المجتمعات الإنسانية، توجب إعـادة النظـر في سمات وخصائص مكونات عملية الاتصال، مثل ظهور ما يُعرف بالشبكات الاجتماعية والتدوين وصحافة المواطن.

5- تطور علاقة الإنسان بالإعلام، حتى صار جزءًا من أنشطته الإنسانية اليومية.

6- استبدال تقنية اللمس على الشاشة باستخدام الفأرة ولوحـة المفـاتيح، وذلـك في الأجهـزة اللوحية (التليفونات المحمولة وأجهزة "آي باد") وبعض أجهزة الكمبيوتر.

وبهذا.. أثرت كل هذه التطـورات الحديثـة في صـناعة الإعـلام، ومـن المتوقـع أن تشـهد الساحة الإعلامية المزيد من التطورات الدائمة والمتعاقبة على صعيد الوسـائل والإمكانـات، بمـا يشكل عبئًا إضـافيًا عـلى القـائمين بالاتصـال "المهنيـين"، لمواكبـة هـذه التطـورات والاسـتخدام الأفضل لهذه التقنيات.

ومن سمات الإعلام الإلكتروني أنه منتِج لقوالب صحفية وغير صحفية. وهو أوسع دلالـةً من مفهوم "الصحافة الإلكترونية"؛ لأن الصحافة هي الجزء "المهني" في صناعة الإعلام، ويمكـن أن تقـدَّم في أي وسـيلة عـبر توظيـف إمكاناتهـا. فالصـحافة التليفزيونيـة جـزءٌ مـن الإعـلام التليفزيوني، والصحافة الورقية جزءٌ من الإعلام المطبوع، وبهذا تعد الصحافة الإلكترونية جـزءًا من الإعلام الإلكتروني.

ويعتبر الإعلام الإلكتروني هـو السـاحة الأكـثر التصـاقًا بهـذه التطـورات، لأنـه مـن أكـبر العوامل التي أثـرت في وسـائل الإعـلام الأقـدم ظهـورًا، كـما أنـه قـد يكـون الـجسر إلى إعـلام المستقبل في الوسائل الأحدث.

... ...

وقد أثر الإعلام الإلكتروني إيجابيًّا وسلبيًّا في بقية الوسائل..

أما عن بعض الجوانب الإيجابية؛ فتتمثل في حرص القائمين بالاتصال في الوسـائل الأقـدم (الصحافة المطبوعة، التليفزيون، الراديو) على مزيد من التفاعل وتوظيـف صـحافة المـواطن. فعلى سبيل المثال تحرص كثير من القنوات التليفزيونية على تقديم برامج تقوم على حـوارات مع الجمهور، أو تقديم فقرات متنوعة تقوم على إعادة عرض نمـاذج مـن "صـحافة المـواطن" واستخدامها في سياق تقاريرها وبرامجها.

أما الجانب السلبي؛ فيتمثل أحياناً في المبالغة في المحاكاة والاستفادة بإمكانات الإنترنـت حتى وإن كان هذا مؤدياً إلى ضعف الرسالة. فعلى سـبيل المثـال صـارت الكثـير مـن الجرائـد تفتقـد للمهنيـة بعـد زيـادة اعتمادهـا عـلى مـواد الـرأي ونقـل آراء الجمهـور في الشـبكات الاجتماعية على حساب تقديم الخدمات الصحفية المهنية (وهي الأصل)، وقامت عدة بـرامج تليفزيونية باستخدام الحوارات الفيديو عبر برنامج "سكيب" رغم ما يعانيه الإنترنـت في مصر من ضعف في الخدمات والجودة، ولهذا تظهر الحوارات بصورة سيئة جـدًّا مصـحوبة بصـوت ضعيف، بما يقلص من الاستفادة بالإمكانات الأصلية للوسيلة السمع/بصرية (التليفزيون)، لأن هذه الحوارات تـتم بصـورة تلقائيـة وبجـودة عاليـة في الـدول الغربيـة ذات الإنترنـت فـائق السرعة.

وهنـا يـأتي دور "المهنيـين" في ضـبط إيقـاع عمـل المؤسسـات الإعلاميـة، والحفـاظ عـلى أنشطتها المهنية، مع الانفتاح "الواعي" و"الرشيد" على الإعلام غير المهني والتقـارب مـع بقيـة وسائل الإعلام. ويزداد دور "المهنيين" أهميةً بعد تزايد مشاركة الجمهور في صناعة الإعلام غير المحترف.

... ...

ويحـاول هـذا الكتـاب الاقـتراب مـن التطـورات المهنيـة في العمـل الإعلامـي في الإعـلام الإلكتروني والمحمول، والتطرق إلى واقع "المهنيين" العاملين في مجال الإعلام الإلكتروني وبخاصة في مصر، والتعرف إلى سماتهم ومهاراتهم في ضوء التغيرات والتطورات المتلاحقة التي تشهدها ساحة الإعلام في مصر والعالم. كما يقترب الكتاب مـن بيئـة العمـل الإعلامـي الإلكـتروني، ومـا تواجهه من ضغوط وتحديات. ويقـدم بعـض التوصـيات الختاميـة مـن أجـل النهـوض ببيئـة العمل الإعلامي الإلكتروني بمصر، وتطوير العـاملين بهـا. وهـو جهـدٌ ترجـو الباحثـة أن يـؤدي بدوره إلى إثراء المحتوى العربي على الإنترنت، و"إنعاش" الإعلام العربي بصفة عامة.

ويُلاحظ أن الإنترنت قد دخل إلى المنطقة العربية متأخرًا مقارنة بالدول الغربية، ولكـن شبكة الإنترنت ولجت إلى بعض الدول العربية مبكـرًا مقارنـة بمحيطهـا الجغـرافي، مثـل مصر؛ والتي كانت من أولى البلدان العربية التـي تـدخل إليهـا الشـبكة، وكانـت الـوتيرة سريعـة في إنشاء البنية التحتية والإتاحة الجماهيرية لخدمات الإنترنت.

ومن الأجدى الاعتماد على شبكة الإنترنت خلال الفترة المقبلة من أجل الإصلاح والتنمية في العالم العربي الذي لا تزال دوله تصنف ضمن دول العالم الثالـث. وربمـا يكـون في مجـالات التعامل الرسمي مع الجهات الحكومية والبنوك وما إليهـا الأكـثر فائـدة للـدول ذات الكثافـة السكانية المرتفعة، والتي تعاني من تواضع خدمات البنية التحتية، حيـث يكـون الأداة الأمثـل لتقديم الخدمات للمواطنين في المحافظات الأكثر كثافـةً سـكانيةً وازدحامًـا مروريًّـا، وأيضًـا في الأماكن البعيدة عن العاصمة التي تقل فيها الخدمات الحكومية.

وبالنسـبة إلى الإعـلام وبخاصـة الصـحافة، فقـد أثـرت شـبكة الإنترنـت تـأثيرًا كبـيرًا في الصحافة، فقد قطعت عقودًا وقرونًا، وهي تصدر بأحبار من مطابع تعود إلى مؤسسها يوحنـا جوتنبرج. وقتذاك.. نُعت هذا الصانع الكبير بالزندقة!

والآن مع مرور القرون، وتوسع المعرفة وتقدم التكنولوجيـا وانتشـارها، لا يـزال الـبعض ينظر إلى التمدد الطبيعـي للتطـور الإنسـاني في مهنـة "الصـحافة" عـلى أنـه زندقـة وتجـديف وامتهان للمهنة!

ورغم قيـام التليفزيـون بحلقـة وصـل بـين صـناعة الأخبـار وتـدفق الإلكترونيـات، فـإن الكثيرين من العاملين في مجال الصحافة لم يواكبـوا هـذا التطـور بمـا يسـتلزمه مـن مسـؤولية التطوير والتعلم والتجربة والخطأ.

وساهمت صحافة المواطن، ثم شبكات التواصـل الاجتماعـي، في تسريـع عجلـة التطـور وتغيير القناعات الراسخة عبر العقود. ومهمة القائمين بالاتصال في الإعلام الإلكتروني أن يظهروا القيمةَ المضافة للوسيلة الجديدة في صناعة الإعلام والصحافة، والجانبَ الاحـترافي الفـارق بـين عمل المدوِّن/ المواطن وبين إنتاج الإعلامـي/ الصـحفي، وأن يسـتوعبوا الأنمـاط الجديـدة مـن الصحافة التي يجب أن تظهر بأشكال مختلفـة مـع كـل وسـيلة جديـدة تظهـر قريبـاً؛ لأنهـم الأجيـال المسـؤولة عـن نقـل الاحـتراف بمفرداتـه الجديـدة مـن صـحافة الويـب إلى صـحافة المحمول، ومنها إلى الوسائل الأحدث فالأحدث.

ورغم التقدم الكبير للمضمون العربي الإلكتروني، وزيادة المحتوى العربي عـلى الإنترنـت.. فإن "إعلام وادي السيليكون" هو المسيطر على استهلاك العرب وتفضيلات المصريين في تصفح الإنترنت، وأكبر دليل على ذلك هو التنامي الهائل لأعداد أعضاء الفـيس بـوك، واعـتلاء مواقـع شركات وادي السيليكون منصة ترتيب المواقع على مؤشر أليكسا في مصر على سبيل المثال.

وتظهر النظرة السطحية للإنترنت في العالم العربي على أنـه أهـدى إلينـا أدوات التمكـين والانفتاح، وأذهب عنا السيطرة الإعلامية والفجوة والتدفق من الشمال للجنوب. ولكنـه – في واقع الأمر - أكد على هذه الفجـوة، بـامتلاك أدوات نشر المعرفـة واحتكـار الإبـداع والتقـدم، وإملاء أجندة الاستهلاك، وحصد أرباح الاستخدام!

نحـــن نحتـــاج إلى وادٍ مصري وعـــربي غـــير ذي تقليـــد؛ لينـــافس وادي الســـيليكون،

يقف على أكتاف ما قدموه ليمضي بعيدًا، ويقدم مـا ينفـع البشريـة ويخـدم العـالم، حتـى لا نكتفي بشراء المنتجات وعضوية المواقع واسـتخدام محركـات البحـث، وإنمـا منافسـة الإبـداع بالإبداع، خاصة وأن الإبداع الغربي يرتكز على فكرة أساسية هي الاستثمار والاستهلاك، ولـدينا مقومات وركائز عربية وإسلامية ربما تخلق ما يفوق توقعات العالمين، ولدينا في ثـورات 2011 خير يقين.

ولا يمكن أن يحدث هذا التطور والمنافسة والإبداع دون إنشاء كيانات/ تنظيمات تشمل العاملين في حقل الإعلام الإلكتروني، وهذا يستدعي تنبه الحكومات لضرورة إصدار تشريعـات جديدة بإنشاء كيانات مستقلة تقود الإعلام الإلكتروني العربي إلى المنافسة والإبداع.

... ...

وأود في ختام هذه المقدمة أن أتقدم بخالص الشـكر للأسـتاذ الـدكتور شريـف درويـش اللبَّان، أستاذ الصحافة بكلية الإعلام بجامعة القاهرة، على ما قدمه للباحثة من توجيه ونصـح وإرشاد وإشراف علمي في مراحل البكالوريوس والتمهيدي ودراسة الماجستير، وحاليًا في إعداد أطروحة الدكتوراه، وهو صـاحب فضـل كبـير عـلى هـذا الكتـاب؛ لأنـه مقتطـف مـن رسـالة الماجستير وسيمنار الدكتوراه.

وأسأل اللـه أن يجعل هذا الجهد في ميزان حسناتنا، وأن يرزقنا علمًا نافعًا وقلبًا خاشعًا ولسانًا ذاكرًا..

واللـه من وراء القصد..

وسام كمال

مدينة 6 أكتوبر/ محافظة الجيزة

محرم 1435هـ - نوفمبر 2013م

الفصل الأول

التحديات المهنية

أمام الصحافة الإلكترونيـة

مهارات صحفي الإنترنت:

فرض الإنترنت كوسيلة اتصالية جديدة، ظهور إعلام إلكتروني ذي خصائص مميزة. وتوسعت الصحافة المطبوعة في نشرها على الإنترنت - كوسيط اتصالي- بهدف الوصول إلى جمهور الإنترنت، ثم ظهرت صحف "إلكترونية" على الشبكة توفيراً لنفقات الطباعة والتوزيع. ونوَّعت الصحافة الإلكترونية أشكال المواد التي تقدمها، ولم تكتفِ بالنص المجرد؛ بل وصلت إلى ما يُعرف بالصحافة متعددة الوسائط Multimedia Journalism.

ونال صحفي الإنترنت (القائم بالاتصال) حظًّا كبيرًا في هذا التغيير والتطوير، فهو يختلف بدوره عن الصحفي التقليدي، وتغيرت بعض مهامه وفقاً لمتطلبات تكنولوجيا الوسيلة الجديدة ومطالب جمهورها، الذي زادت حريته وكَثُر إطلاعه وتطورت قدراته.

وتنوعت ألقاب صحفي الإنترنت (القائم بالاتصال) بحسب وظائفه الاتصالية، ومن بين هذه المفردات: القائم بالاتصال في شبكة الإنترنت the web communicator، الصحفي الإلكتروني online journalist، المحرر المتكامل integrated reporter، حارس البوابة الإلكترونية online gatekeeper[1]، محرر الإنترنت internet journalist، صحفي الويب web journalist، محرر النسخة الإلكترونية، الصحفي المباشرonline journalist. كما يمكن أن نطلق عليه منتجاً producer بسبب طبيعة الويب متعددة الوسائط[2].

ولكن هناك ملاحظة على ما سبق من مصطلحات، أن هنـاك ترجمـة غـير دقيقـة لأكـثر الألقاب شيوعاً: "online journalist" والتي تترجم إلى "الصـحفي الإلكـتروني"، وأيضـاً المحـرر "online editor" والتي تترجم إلى "المحرر الإلكـتروني". إذ تضـيف الترجمـة نعـت "إلكـتروني" على وصف الصحفي أو المحرر، وهي ترجمـة غـير دقيقـة لأنهـا تحـول القـائم بالاتصـال مـن إنسان إلى ما يشبه الإنسان الآلي. ولكن الترجمة الأكثر دقة – في تقدير الباحثة- هي الصـحفي على الإنترنت ومحـرر الإنترنـت/ الويـب. وفي الوقـت نفسـه يمكـن أن نصـف الصـحافة بأنهـا "إلكترونية"؛ لأنها غير عاقل.

وقامت التفاعلية في الصحافة الإلكترونية بهدم الجدار العازل بـين القـراء والصـحفيين[3]، وأصبح على أطراف أصابع الصحفي كـل أخبـار العـالم، كـما أصـبحت هنـاك سـهولة كبـيرة في التواصـل مـع الجماعـات المرجعيـة والـزملاء والقـراء وبعـض المصـادر، وجمعـت الصـحافة الإلكترونية بـين الصـحافة المكتوبـة (85% مـن محتـوى الإنترنـت مكتوبـاً[4]) وبـين الصـحافة التلفزيونية من خلال إمكانية خدمة الأخبار والمواد الصحفية بالوسائط المتعددة.

وترصد إحدى الدراسات[5] عدة مميزات ينفرد بها محرر الإنترنت عـن نظـيره التقليـدي العامل في الصحف الورقية؛ أهمها:

1- قدرة محرر الموقع على العمل من أي مكـان والـنشر الفـوري طالمـا يمتلـك كلمـة المـرور للدخول على الموقع وصلاحية التحرير والنشر.
2- لا ينتهي دور صحفي الإنترنت بكتابة الموضوع أو القصة الخبرية، لأنه مطالب بتغـذيتها بأكبر قدر من المعلومات والخلفيات باستخدام خاصية الهايبرتكست. فضلا عـن اختيـاره للصـور وإمكانيــة قيامــه بــنشر الموضــوع بنفســه باســتخدام برنــامج cms، ومتابعــة التعليقات، وعمل التعديلات المطلوبة إذا تطلب الأمر.
3- عدد المحررين في الصحافة الإلكترونية أقل من عددهم في الصحيفة المطبوعة.
4- لا يحتاج المحرر في الصحف الإلكترونية إلى سنوات من الخبرة كـما هـي الحـال بالنسـبة للعمل كمحرر في الصحافة المطبوعة.

5- السرعة في أداء العمل.

6- تعدد المهام التي يقوم بها.

7- تجتذب الصحافة الإلكترونية الخريجين من أقسام وكليات الإعلام نظراً لتفوق رواتبها على الرواتب في الصحافة المطبوعة.

8- يمنح نظام العمل على الكمبيوتر راحة أكبر للصحفي الإلكتروني عن نظيره في العمل الميداني الصحفي في الصحف المطبوعة.

9- القدرة على تنقيح وتحليل واختبار المعلومات وتحديد غير الموثوق منها.

ولكن الوسيلة الجديدة التي أثْـرَت الصحافة؛ أثَّرت بدورها على الدور الذي يلعبه الصحفي، ومهاراته، ومن جهة أخرى صنعت احتياجات جديدة للقراء منها المشاركة في صناعة المحتوى، حرية إبداء الآراء، التواصل، الاختصار، تنوع المحتوى وتكامله ما بين النصوص والفيديو والصوتيات.

ويحظى القائم بالاتصال في الوسيلة التكنولوجية الحديثة بأعلى درجة من التفاعلية عن أي وسيلة إعلامية أخرى؛ لأن الاتصال عبر شبكات المعلومات أوسع نمط للاتصال الشخصي، وأصغر نمط للاتصال الجماهيري من ناحية التفاعلية والمباشرة في الاتصال(6).

وصنف Mike الصعوبات والمعوقات التي تواجه كفاءة العمل في المواقع الإعلامية إلى ثلاث فئات(7):

1- معوقات ترتبط بالمتطلبات التكنولوجية Technological barriers، حيث ما تزال هناك عديد من المؤسسات الإعلامية التي تعاني نقص المتطلبات التكنولوجية اللازمة لتطوير صناعة النشر الإلكتروني بها.

2- معوقات تتعلق بهيكل العمل وقواعده التنظيمية organizational barriers، حيث تتطلب للاستفادة من إمكانيات النشر الإلكتروني الكثير من التدريب وتستهلك وقتاً حتى يصبح الصحفيون على مهارة عالية في استخدام مصادر المعلومات الإلكترونية، واستيعاب خصائص الاتصال التفاعلي والاستفادة منها.

3- معوقات تتعلق بالمفاهيم التقليدية السائدة في العمل الصحفي culture barriers، فعلى سبيل المثال، لم يعرف العمل الصحفي التقليدي أشكالاً أخرى للمعلومات غير النصوص والعناصر الجرافيكية الثابتة، ولم تتضمن مفردات المادة الصحفية المواد الصوتية ولا لقطات الفيديو، وغير ذلك من أشكال المعلومات غير المألوفة، والتي يتيحها النشر الإلكتروني على الإنترنت، وأصبحت من العناصر المطلوبة في الموضوعات الصحفية، مما يعني أن الأمر يتطلب أن يعتاد الصحفيون في المواقع الإعلامية التفكير في بناء موضوعاتهم على نحو مختلف عن ذي قبل.

وتتعدد مهارات القائم بالاتصال على الإنترنت؛ ومنها: التحرير الإلكتروني، توظيف الروابط التشعبية، مهارات كتابة الأخبار على الإنترنت، مهارات البحث في شبكة الإنترنت، مهارات توظيف الوسائط المتعددة، مهارات التعامل مع صحافة المواطن. وسنقوم بإلقاء الضوء على هذه المهارات فيما يلي..

مهارات التحرير الإلكتروني:

أدى استخدام الكمبيوتر في المؤسسات الصحفية الورقية إلى ظهور التحرير الإلكتروني Electronic Editing، ولاشك أن مهارات التحرير الإلكتروني هي المستخدمة بتوسع في الصحافة الإلكترونية أيضاً.

ويُعرف التحرير الإلكتروني (الكتابة الرقمية) بأنه: التحرير الذي يتم على إحدى شاشات الكمبيوتر، حيث يجلس المحرر أمامه ليقوم بالتصويب، وتعديل المادة الصحفية المعروضة عليها، والمخزنة داخل جهاز الكمبيوتر[8].

ويُستخدم برنامج نظم معالجة الكلمات word processing في تحرير النص من خلال الإضافة والحذف، تحريك الكلمات والجمل من موضع لآخر داخل النص، وضع خط أسفل بعض الجمل أو الكلمات، المحاذاة لليمين أو اليسار .. إلخ.

ويَستخدم المحرر الكمبيوتر لإنجاز الكثير من العمليات، مثل: الكتابة writing،

التعديل والتصحيح revising، التـدقيق النحـوي والإمـلائي spelling، تحديـد حجـم وكثافـة الحروف، تحديد اتساع الجمع، رسم الجداول والأشكال البيانيـة، التزويـد بالرسـوم، ومعالجـة الصور، بل وأصبح قادراً على إخراج مادته الصحفية بنفسه framing، بمعنـى أن يقـوم بـدور المحرر والطابع والمخرج الصحفي، كل هذا وهو جالس في مكتبه ليس أمامه سـوى كمبيـوتره الشخصي[9].

ويفيـد التحريـر الإلكـتروني أيضـاً في سرعـة الإنجـاز المطلوبـة في السـبق وسرعـة الـنشر، للأسباب التالية:

1- يقوم المحرر بالكتابة والتعديل دون حاجة إلى الشطب وإعادة الكتابـة الكاملـة، فـالجزء الذي يتطلب التعديل يتم تغييره في مكانه، دون التأثير على بقية المادة.
2- يساهم التحرير على الكمبيوتر في الوصول إلى أكبر قدر من الدقة الإملائية وعـدم تكـرار الكلمات، وإصلاح الجمل معتلة الصياغة، لأن برنـامج Microsoft Word يقـترح بـدائل وتعديلات على المحرر، وكأنه عين ثانيـة تـتفحص الموضـوع قبـل عرضـه عـلى آخـرين أو إرساله إلى المدقق اللغوي.
3- يمكن التحرير الإلكتروني مـن سـهولة اللصـق مـن موضـوعات أرشـيفية أو وثـائق أو أي نصوص، بما يوفر الوقت المستغرق في النقل.

وتتطلب الكتابة إلى الإنترنـت عـدة قواعـد تعمـل عـلى زيـادة قـراءة المـادة الصـحفية، وجذب انتباه القارئ من أول لآخر سطر في النص، ومن أهم قواعد الكتابة للإنترنت:

أولاً: الاختصار Keep It Short

الاختصار قاعدة لا غنى عنها في الكتابة على الإنترنـت؛ إذ تقـل "انقرائيـةُ" المحتـوى المنشور على الإنترنـت بنسـبة 25% عـن المـادة المطبوعـة، وبمـا يـدل عـلى أن مسـتخدم الإنترنت لا يفضل قراءة مادة تحريرية طويلة عبر شاشة الكمبيوتر[10]. واكتشـفت بعـض الدراسات التي اهتمـت بمعرفـة كيفيـة قـراءة المسـتخدمين للموضـوعات عـلى الإنترنـت

أن القراء في الواقع "لا يقرؤون"، وبدلاً من ذلك "يفحصون النص". وكشفت إحدى الدراسات ارتفاع في قياس الاستخدام للموضوعات المقتضبة بنسبة 58%[11].

ويعاني القراء على شاشات الكمبيوتر من إجهاد العين، ونقص الصبر عندما يقرأون نصوصاً إلكترونية طويلة[12]، ويقول أحد المبحوثين في إحدى الدراسات الراصدة لسلوك مستخدمي الشبكة: "أحب نمط الكتابة القصيرة، وأنا ليس لديَّ الوقت للهراء، أود الحصول على المعلومات بسهولة"[13].

ولا يقرأ المستخدم كل كلمة موجودة بالنص؛ بل يمسح ببصره، لذلك فإن بناء المادة الخبرية الإلكترونية ينبغي أن يتيح عدة مستويات من القراءة بداية من القارئ الذي يكتفي بالمعلومات المختصرة الموجودة في المقدمة، إلى القارئ الذي يبحث عن القصة الكاملة للحدث؛ التي تستعين بالوسائط المتعددة، والمعلومات المتعمقة[14].

وهذا ما يؤكد على ضرورة أن يتعلم المحرر/ الصحفي على الإنترنت الاختصار، وهو فن يحتاج إلى خبرة تحريرية وثقافة واسعة وبلاغة في أقل عدد ممكن من الكلمات. وربما يتطلب هذا الاختصار من المحرر وقتاً مضاعفاً حتى يكثف أكبر كمية من المعلومات والأفكار في أقل عدد من الكلمات، ولكنه سيحصد بهذا زيادة الإقبال على ما كتب، وإطلاع القارئ على الموضوع كاملا.

ثانياً: الربط Link It

يجب على المحرر أن يستفيد من ربط المعلومات التي يقدمها للقارئ بالمعلومات الأخرى سواء داخل الموقع، أو على الشبكة[15].

وتتكامل هذه القاعدة مع الاختصار، فالاختصار سيكون مخلًّا في بعض الموضوعات إلا إذا كان مصحوباً بخاصية الربط، حيث توفر الروابط القاعدة المعلوماتية والمعرفية لمن يرغب في الاستزادة أو التعرف إلى الخلفيات، بما يؤدي إلى تعدد مستويات القراءة داخل النص الواحد، وتتنوع المعلومات، وتسمح بوجود نص مركز مكثف غير مترهل يؤتي ثماره مع القارئ المتعجل.

وتشير الدراسات إلى أن متوسط ما يخصصه القارئ الأوروبي لتصفح الصحيفة الورقيـة يبلغ 30-25 دقيقـة يوميـاً، وتـتقلص هـذه المـدة إلى مـا بـين 6-9 دقـائق بالنسـبة للصـحيفة الإلكترونية[16].

وتعد الروابط التشعبية الحل السحري للاختصار دون إخلال، وللمعالجة العميقـة بغـير تطويل أو تسطيح.

مهارات توظيف الروابط التشعبية في الكتابة الرقمية:

من أبرز خصائص شبكة الإنترنت ما يعرف باسم النص الفـائق Hyper text[17] ويُعـرِّف أليخاندرو روست Aleijandro Rost الهايبرتكست من وجهة نظر تقنية بأنه: أداة معلوماتية لوضع نصوص متعددة في اتصال تلقائيًّا وعلى الفور. ولكنه يرى أنه لا خلاف على هذا المفهوم من الناحية الفنية؛ لأن المشكلة - في وجهة نظره - تكمن في محاولة التعرف بعمق على الآثار المترتبة على استخدام الهايبرتكست في كتابة وقراءة النصوص، وما هي السلطة الحقيقية، التي يوفرها النص التشعبي للقارئ مقارنة بالنصوص التقليدية[18].

ويضـع أليخانـدرو تعريفـاً (يصـفه بالمؤقـت) وفـق خصـائص الـنص الفـائق بأنـه: بنـاء استطرادي متعدد الخطية multilinear، يقوم على تـرابط كتـل الـنص الرقمـي. كـما يسـمح بامتـداد داخـل الـنص extension of intertextuality، يقـدم وسـائل جديـدة للوصـول إلى محتويات متاحة، ويعزز التفاعل؛ ويعطي القاريء مزيداً من السلطة في البناء الواقعي[19].

ولكن يقدم كلٌّ من Robert Huesca وBrenda Dervin[20] تعريفاً آخر مبسطاً، هـو: كتابة غير تسلسلية non-sequentioal يسيطر عليها القارئ من خلال الروابط.

وقد تأخرت الصحافة الإلكترونية كثيراً في الاستفادة من خاصية النص التشـعبي، ويرجـع الفضل إلى المدونات في زيادة استخدام الروابط التشعبية[21]. ولو اتجه الصـحفيون لمزيـد مـن الاهتمام بهذه الخاصية الرقميـة؛ لأثـرت الإحـالات بـالنص الفـائق في الكتابـة الصـحفية عـلى الإنترنت[22].

ويعد النص التشعبي/ الفائق من أهم الأدوات في يد المحرر الإلكتروني؛ لأنه لا يساعد فقط على توفير معلومات مفيدة داخل النص، ولكنه يمكن أن يجعل قصة على قيد الحياة لفترة طويلة بعد نشرها الأصلي، كما يوفر الارتباط للصحفيين طرق جديدة لمساعدة القراء على الوصول إلى قرار من الإحالات؛ دون الحاجة إلى تغيير القصص القديمة[23].

ويقوم الكاتب باستخدام الروابط التشعبية؛ لأن "القارئ مشغول". وهذا يتطلب من الأول أن يتعامل بحكمة مع الوقت، كما يجذب هذا النمط أنواعاً مختلفة من القراء، ويجعل الكتابة أكثر إمتاعاً للخبرات والرغبات، وينقذ ثوانيَ ثمينةً من وقت القراء الذين هم على اطلاع بالخلفيات[24].

وتضيف المعلومات والنصوص الملحقة في الروابط التشعبية معانيَ جديدةً، تعتبر في حد ذاتها نوعاً جديداً من ممارسة الصحفيين لحراسة البوابة؛ لأنهم حينئذ يحيلون معلومات بعينها ذات صلة باهتمامات القارئ وسط كم هائل من المعلومات المشابهة على الإنترنت[25].

وعلى الكاتب أن يتساءل كلما قدم نصًّا على الإنترنت: "هل عليّ أن أكتب شيئاً ينبغي أن يكون منزوعًا من الدسم؟".. وإذا كانت الإجابة بنعم؛ فإن الأمر يقتضي إعداد ملخصات منفصلة، للحرص على عدم إثقال كاهل القارئ بالتكرار أو بتكدس المعلومات[26]. ويجب ألا ننسى أن فعالية الرسالة تتوقف على الامتثال للقواعد الثلاث التالية[27]:

1- وجود كمية من المعلومات مقسمة إلى مجموعات صغيرة.

2- الترابط بين هذه المجموعات من خلال وصلات.

3- في لحظات معينة من القراءة؛ يحتاج المستخدم فقط لكمية قليلة من المعلومات لفهم المحتوى.

عـلى سـبيل المثـال، يقـول جـون بـيرك مـن خـلال تتبعـه للقصـص الخبريـة المطبوعـة والإلكترونية في عدد من الصحف: إن هناك مقالـة جيـدة في الواشـنطن بوسـت، تتكـون مـن تسع فقرات، أربعٌ منها فقط هي ما يحتاجه المتصفح على الإنترنت، والخمـس الأخـرى يمكـن أن تكون خلفية باستخدام الروابط التشعبية؛ لتنمي شغف القارئ الباحث عن الخلفيات[28].

ويجب مراعاة أن يكون هناك داعٍ لاستخدام المحـرر الـروابطَ التشـعبية، فـلا يسـتخدم التكنولوجيا لمجرد أنها موجودة، ولا يوظف التفاعليـة للتبـاهي، لأن الـنص العـادي يمكـن أن يكون كافياً[29].

ومن أجل تماسك النص[30] يحتاج المحرر لجهد كبير للحفاظ على وحدتـه، لأن الاختصـار وانتقاء "نصوص مقشودة" أمر مجهد، يتطلب ثقافة واسعة وقدرات تحريرية عاليـة، لتقـديم روابط نافعة للقراء، تمثل لهم "جولات برفقة مرشدين"[31].

ويمكن استخدام روابط من داخل الموقع أو من خارجه للتشبيك وصناعة النص الفـائق، ولكن هناك اعتراضات على استخدام الروابط من خارج الموقع، ويـرى الصـحفيون المعارضـون أنه من غير المناسب توجيه الناس إلى مواقع خارجية[32]، وأنه يمثل خطراً على الصحافة [33].

ويعتقد أحدهم أن فكرة اسـتخدام الـروابط الخارجيـة قـد تكشـف عـن المصـادر التـي يقرؤونها، وأنها مضيعة للوقت ولا تمت للصحافة بصلة؛ لأن الصحفيين يحـاولون عـلى الـدوام جمع المعلومات، لكي يقرروا للناس ما يجب أن يعرفوه[34].

وعلى الجانب الآخر، يرى بعضُ الصحفيين أن استخدام الروابط الخارجيـة يُغـذي البيئـة الخارجية على الإنترنت طالما يسمح بالعودة إلى الرابط الأصلي[35]، خاصة وأن جزءاً من واجب الصحفي هو مساعدة الناس على التنقل بين المعلومات؛ في الوقت الـذي لا يـزال فيـه مُعظـم القـراء يَحترمـون محـاولات الصـحفيين لخلـق معنـى في العـالم نيابـة عـنهم؛ مـن خـلال فـرز المعلومات لأنهم ليس لديهم الوقت للقيام بذلك بأنفسهم في كل وقت[36].

من الأفكار التقليدية التي حدث من انتشار الروابط التشعبية الخارجية في العمل الصحفي؛ تصور البعض أن من الحكمة دفع الناس لبقاء أكبر وقت ممكن على موقعك لتحقيق إيرادات من الإعلانات؛ ويرد على هذه الحجة Daniel Bennett قائلاً: "إذا كنت توفر وسيلة للناس للوصول إلى معظم الموضوعات ذات الصلة، وتقدم مادة مثيرة للاهتمام على أساس منظم؛ فإن الناس سيعودون باستمرار إلى موقعك"[37].

والجدير بالذكر أن هذا الخلاف قد وصل إلى ساحة القضاء؛ حيث رفعت شركة "ميديا هوس" على صحيفة نيويورك تايمز دعوى قضائية؛ لاستخدام الثانية روابط نشرتها الأولى دون إذن، بما يسمح للزوار بتجاوز الإعلانات المنشورة على موقع الأولى، ويخلق بلبلة حول مصدر القصة الأصلية[38].

مهارات كتابة الأخبار على الإنترنت:

يعتقد بعض الباحثين أن الكتابة الصحفية تظل محتفظة بجوهرها بصرف النظر عن الحامل الذي تتمظهر فيه. وثمة آخرون يعتقدون أن التكنولوجيا الرقمية قد أحدثت انقلاباً كبيراً في وسائل الاتصال الجماهيري ومجالاته؛ حيث دكت الخطوط الفاصلة بين الأخبار، التجارة، الإعلان، وبهذا استدعت صياغة جديدة لأشكال التعبير الصحفي[39].

واستفادت الصحافة الإلكترونية بالقوالب التحريرية الصحفية التقليدية، وحاولت أن تطور في أساليب الكتابة، وتركز على قوالب بعينها، وتطور من قوالب أخرى؛ لاجتذاب القاريء ذي الخصوصية في استخدام الإنترنت كوسيلة.

وسمحت الخصوصية التقنية التي تتمتع بها الصحافة الإلكترونية ببلورة أحد الأنواع الصحفية التي كانت تُستعمل بشكل أقل من بقية الأنواع الصحفية في المجلات؛ إنه الملف الصحفي؛ ويُعرَّف بأنه: الذي يتناول قضيةً أو حدثاً معيناً من مختلف الجوانب، لتسليط الأضواء عليه من كل الجهات، ويشترك في إنجازه أكثر من صحفي، باستغلال جميع الوثائق للدراسات والمصادر[40].

وكما استفادت صحافة الإنترنت بالتطور الأخير في نَمط التغطية الذي حدث في الصحافة المقروءة، فالصحافة التقليدية بحثت عن جانب تتميز به بعد تألق الصحافة التليفزيونية في التغطية الفورية والآنية للأحدث، فظهرت في الصحف تيارات التغطية التفسيرية Interpretative، والتغطية الاستقصائية Investigation؛ اللاتي تحتاج إلى مصادر جاهزة وكاملة وفورية تعطي لها الخلفيات والتفاصيل عن الأحداث، مما يجعلها تقدم الأخبار برؤية أكثر عمقاً بعد أن فقدت عنصر السرعة والسبق[41].

ويتحول جوهر دور الصحفي في الصحافة التفسيرية من الحصول على المعلومة وتقديمها للجمهور إلى "تحليل وتفسير الموضوعات المعقدة والتعليق عليها"[42]. ويرجع السبب في هذا النمط إلى زوال زهو التغطية الآنية بسبب التليفزيون، والزخم المعلوماتي والإخباري على الإنترنت، الذي يدعو إلى التميز في تفسير الخبر وليس صناعته.

وقد أشارت عديد من الدراسات إلى أن هذا الزخم الإعلامي في التغطية الفورية في الوسائل التقليدية؛ ألهى القارئ عن التمعن في الأحداث وفهمها، والانحياز للعارض على حساب الدائم، والانشغال بمشاهد الكوارث عن التمعن في أسباب وقوعها، وآثارها المتوقعة[43].

وبهذا، تغير الدور الذي يلعبه الصحفي على الإنترنت؛ فبعدما كان هو الشخص الذي يقدم القصة أو الموضوع، أصبح من الممكن أن يكون هو الشخص الذي يعلق على موضوعات آخرين غيره[44]. وهو ما يتجلى فيه الدور الجديد لحراسة البوابة على الإنترنت؛ من وضع تفسيرات، وتقديم خلفيات، تجعل القارئ يفهم الأحداث وفق إرشادات الصحفي.

ويبدو أن الأمر لن يقتصر على الاهتمام بالجانب التفسيري؛ لأن احتياجات المستخدم تفرض في المستقبل القريب - بإذن الله- تعديلات أخرى في صناعة الرسالة. إذ خرجت ثلاث توصيات عن أحد المشاريع البحثية، ترى أن هناك ثلاثة أمور مطلوبة في غرف الأخبار في المستقبل، وهي[45]:

أولاً: الاستمرار في نشر الأخبار:

ليس هناك تحدٍّ يواجه الصحف الإلكترونية الآن من شهية المستهلك في معرفة المزيد من الأخبار المستمرة، والمعلومات والترفيه، مع ظهور أنباء الكابل، المدونات، النمو السريع للثقافة التي تحث على الربط الاجتماعي.

ثانياً: توظيف المحتوى المقدم من المواطن:

يسرد دونوسكي Donosky وبيهرنز Behrens خمسة أسباب توجب على الصحف أن تشمل المحتوى الذي ينتجه المواطن: لأنه انعكاس أصيل للحياة الاجتماعية، يولد أفكار جديدة للصحفيين المحترفين، يسمح بالتنافس بين الصحف، يزيد الموارد والإيرادات، وأخيراً: ليس هناك خيارٌ؛ لأن "المحادثات سوف تتم بكم أو دونكم"!

ويؤكد الباحثان في الوقت نفسه على أنه يجب مساعدة المراسلين والمحررين لكي يفهموا أن المحتوى الذي ينتجه المواطن لا يشكل تهديداً للصحفيين المهنيين، وأن مستهلكي الأخبار لديهم القدرة على التمييز بينهم.

ثالثاً: استخدام تكنولوجيا الوسائط المتعددة:

ينبغي تطوير المحتوى على الإنترنت بشكل واسع، من خلال تغذية المحتوى الإخباري بلقطات فيديو ميدانية.

ويمكن تمييز عدة قوالب لنشر المادة الخبرية على شبكة الإنترنت[46]:

1- قالب الهرم المقلوب The Inverted pyramid ويستخدم بصفة خاصة مع الأخبار الجادة، وأشارت إحدى الدراسات التي تناولت بالتحليل المواد الإخبارية المنشورة في الصفحات التمهيدية لعينة من مواقع الصحف (المصرية والعربية والأجنبية) على شبكة الإنترنت إلى أن قالب الهرم المقلوب يأتي في مقدمة المواد الإخبارية.

2- القالب السردي Narrative Structure ويستخدم مع أخبار الحوادث والجرائم في مختلف القصص الإخبارية.

3- قالـب الكتـل النصـية Screen-size chunks ويعتمـد عـلى تقسـيم المـادة الخبريـة إلى مجموعة من الكتل النصية، كل واحدة بحجم شاشة الكمبيوتر [حوالي 29 سطر]، وربط هذه الكتل عن طريق الوصلات links، ويصلح هذا القالب بالنسبة للمادة الخبرية التي تعرض أحداثاً بينها فاصل break، بمعنى أن الحدث يتطور من خلال مراحل.

4- قالب النص الطويل Scolling Stories وذلك حيـنما تتطلـب طبيعـة المضـمون تقديمـه بطريقة خطية ليسهل فهمه.

ورغم تداول الهرم المقلوب في كتابة الأخبار على الإنترنت؛ إلا أن بعض الباحثين يعتبرونه غير مكافئٍ لإمكانيات الإنترنت، ويقترح الباحث البرتغالي جـون كانفـالس João Canavilhas شكلاً جديداً وهو"الهرم الـمُسْقَط" the tumbled pyramid[47].

وكما هو معلوم فإن الهرم المقلوب يقوم على تقنية تصعيد الأحداث الأهم في المقدمـة، ثم استعراض البيانات الثانوية، والاختتام بملخص.

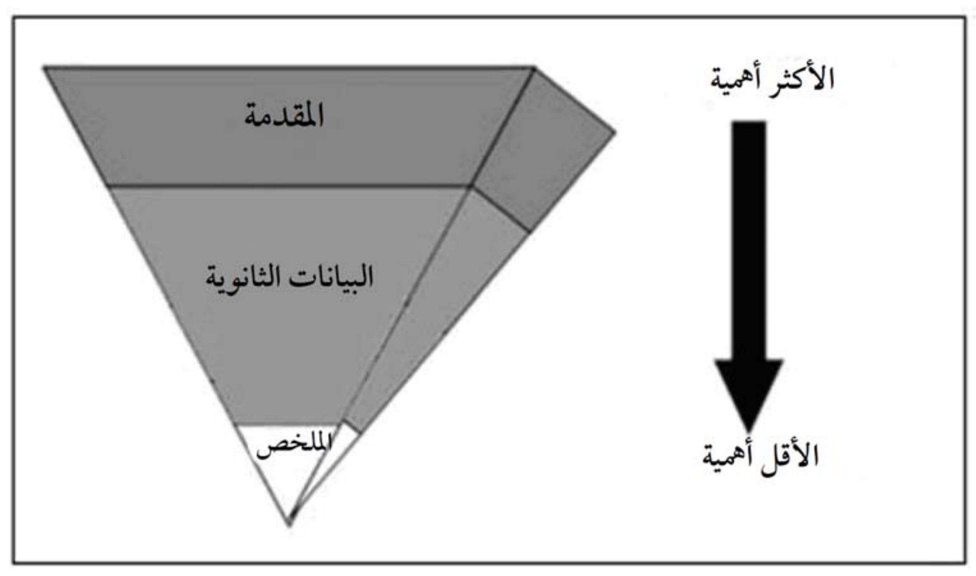
والهرم الجديد هو نتاج الاهتمام بتضمين الوصلات التشعبية والاختصار في كتابة الأخبار على الإنترنت، ويتألف من:

1- المقدمة (قاعدة الوحدة) والتي تجيب عن الأسئلة الرئيسية: ماذا، متى، من، أين؟

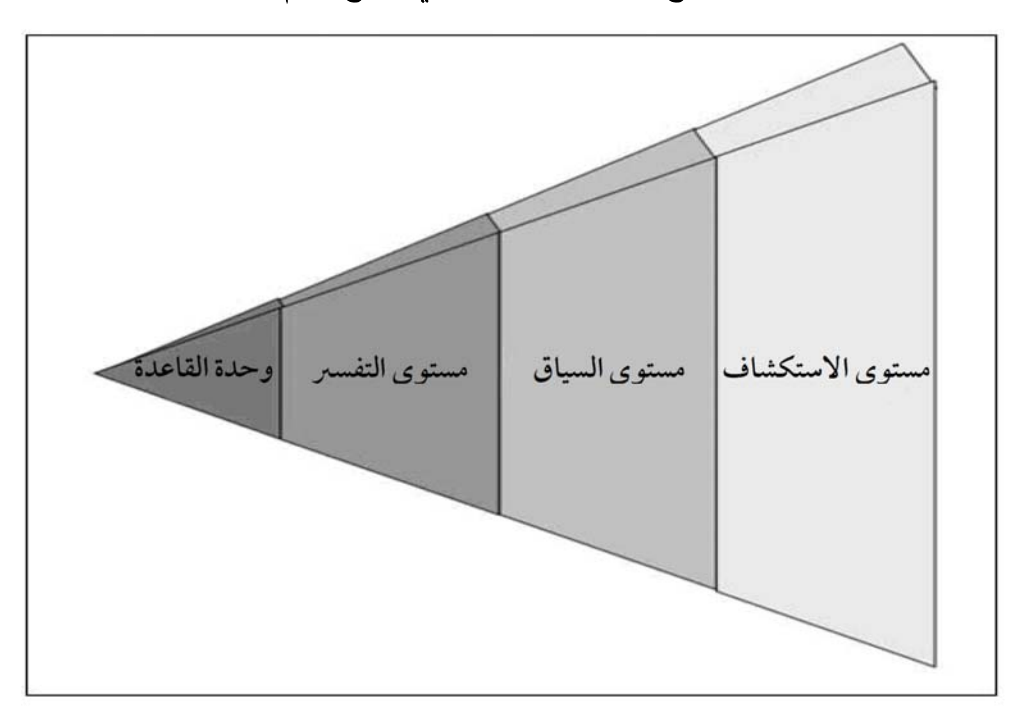
2- مستوى الشرح: للإجابة عن سؤالي: لماذا وكيف؟ واستكمال أساسيات الحدث.

3- مستوى السياق: والذي يقدم المزيد من المعلومات الإضافية سواء أكانت نصًّا، أم فيـديو، أم صوتاً، أم فلاشاً متحركاً.

4- مستوى الاستكشاف: عند هذا الحد من المستوى؛ يمكن ربط الأخبار إما بمـواد محفوظـة داخل الموقع أو روابط خارجية. كما هو موضح في الرسمين التاليين (الشكلان 1، 2)[48].



شكل (1) يوضح طريقة كتابة الأخبار في نموذج الهرم المقلوب



شكل (2) يوضح طريقة كتابة الأخبار على الإنترنت في نموذج الهرم المُسقط

مهـارات البحث في شبكة الإنترنت:

قبـل بضـعة أعـوام، كانـت مهمـة الصـحفي في مصر لاسـتكمال أو التأكـد مـن بعـض المعلومات البسيطة وخلفيات الأحداث تكلفه الكثير ماديًّا وبـدنيًّا، نظـراً لعـدم تطـور أقسـام الأرشفة في الجرائد والمجلات؛ إن وجدت[49].

ومع انتشار الإنترنت، وتزايد استخدام الصحفيين للشـبكة، أفـادت الإنترنـت العمـل الصـحفي كثيراً إذ وفرت فرصاً عديدة لتطوير مهاراتهم في البحث والتحليل والتغطية، كما سمحت لهـم بالوصول إلى كم كبير من المعلومات بسرعة، ومن مصادر متعددة، تُعمـق أبعـاد الموضـوعات الصحفية[50]. وهيمنت الإنترنت على أدوات جمع الأخبار في فترة قصيرة من الزمن[51].

ومن جهة أخرى فإن أدوات البحث على الإنترنت، كما أنها تعد مصدراً من أهم مصـادر المعلومات لدى الصـحفيين؛ فـإن محركـات البحـث والـروابط التشـعبية ركـائز حريـة الإعـلام للمواطن بعيداً عن اختيارات المحررين والصحفيين[52].

وتستخدم مصطلحات قوية للتعبير عن كمية المعلومات التي تختزنهـا شـبكة الإنترنـت؛ مثل: موجة المد tidal wave، الانفجار explosion، والطوفان flood على حد تعبير الحكومة الفيدراليـة الأمريكيـة لتنميـة المعلومـات في شـكل إلكـتروني[53] US Government for development of information electronic.

ويجد الصحفيون - مثلهم مثل بقية الناس- صعوبة في فصل المعلومـات عاليـة الجـودة من المعلومات الرديئة؛ وهذا يتطلب تـدريب الصـحفيين عـلى اسـتخدام معلومـات الإنترنـت لأنها قد تصبح بديلاً عن مصادر أخرى للمعلومات[54].

لذا يتطلب التعامـل مـع الإنترنـت ضرورة تعلـم مهـارة البحـث الـذاتي عـن المعلومـات والبيانـات والإحصـائيات، والتحقـق مـن مصـداقيتها وتقويمهـا مقارنـة بالمعلومـات الأخـرى المتوافرة، واستخدام عدة ضوابط ومعايير للاختيـار بـين المصـادر والمعلومـات المتاحـة بكـثرة، وكـذلك ضرورة الاهـتمام بتحليـل المعلومـات والوثـائق، والاسـتفادة مـن الأدوات المتعـددة المتوافرة على الإنترنت، للقيام بتغطية فورية وسريعة للأحداث[55].

وتشير إحدى الدراسات [56] إلى أن الصحفيين الأمريكيين يلجأون إلى المواقع الحكومية لسرعة توثيق المعلومات التي لا تحتاج إلى الرجوع لمصدر، وأنهم يستخدمون المعلومات على شبكة الإنترنت لأغراض متنوعة؛ من بينها: سلسلة اتصالات مع مصادر والاحتكاك بالجمهور، وإجراء المقابلات، جمع خلفيات عن القصص مثل قراءة الأرشيف الإلكتروني.

ووجدت الدراسة أن الصحفيين في الدول المتقدمة يستخدمون الموارد الحكومية والخدمات التجارية على الإنترنت لمراقبة أنشطة الموظفين العموميين، والوصول بعمق وسرعة إلى الحكومة وأنماط السلوك العام.

واستخلصت تلك الدراسة أن المواقع الحكومية في الدول الديمقراطية تساعد الصحفيين في مراقبة الحكومة، ولذا ينبغي أن يضغط الصحفيون بجهد أكبر على الحكومات المحلية والإقليمية المتأخرة في توفير بياناتها وسجلاتها العامة على الإنترنت؛ لكي تنشر المعلومات على الشبكة[57].

وابتكرت معظم الصحف على الإنترنت وصلات خدمية خارجية ومعلوماتية ذات صلة للمستهلك، وهو ما يتطلب التنقيب الدوري عن الجديد على الإنترنت والمتصل بجمهور الموقع.

وتفيد الإنترنت الصحفي في توفير مصادر الاطلاع والمتابعات اليومية من الصحف والجرائد المحلية والعالمية، سواءٌ أكانت للمطبوعة نسخةٌ إلكترونية أم كانت تنفرد بالإصدار على الشبكة، وهو ما يوفر مصاريف كان يتكبدها الصحفيون من قبل لمتابعة الإصدارات الأخرى، وبخاصة الصحفيون الشبان ذوو الدخول الزهيدة، وغير المستقرين في محل عمل بعينه.

ونظراً للنمو المذهل للمعلومات على شبكة الإنترنت؛ فإن مجرد العثور على المعلومات صار فنًّا، إن لم يكن علماً في حد ذاته، وهناك العديد من الوسائل للعثور على المعلومات، لكنها غالباً تحتاج إلى التنظيم لكي يتم استغلالها بنجاح[58].

وتعد محركات البحث أهم وأسرع وأكثر وسائل البحث عـلى الإنترنـت شـيوعاً. ومحـرك البحث هو برنامج حاسوبي مصمم للمساعدة في العثـور عـلى مسـتندات مخزنـة عـلى شـبكة معلوماتية أو على حاسوب شخصي. وعند الحـديث عـن محركـات البحـث فغالبـاً مـا يُقصـد محركات البحـث عـلى شـبكة الإنترنـت، ومـن أشـهرها: جوجـل، يـاهو، ألتافيسـتا، إم إس إن ميكروسوفت[59].

وعادة ما يرشد كل محرك بحث إلى الطريقة المثلى للبحث داخله. وعلى سـبيل المثـال.. يُنصح في موقع جوجل ببعض الوصايا للوصول إلى أفضل نتائج بحث، منها[60]:

1- استخدم عدداً أكبر من الكلمات: بكتابة كلمات إضافية فإنك تفتح الفرصـة أمـام محـرك البحث حتى يعمل بشكل أدق، وفي ذات الوقت توجـه البحـث أكـثر صـوب المعلومـات التي تود الحصول عليها.

2- استخدم الكلمات غير المتداولة: باستخدامك كلمـة يشـيع وجودهـا واسـتخدامها.. فإنـك بذلك ترفع من احتمال اختيار موقع غير مرغوب، وفي الغالب ما تبتعد بك عـن الطريـق السليم للبحث للوصول للمعلومـة، لـذا فعليـك أن تكـون محـدداً وواضـحاً في اختيـارك لكلمة البحث بقدر الإمكان.

3- ضع العبارات بين علامتي تنصيص: وهذه واحدة من أكثر طرق البحث فعالية في حال ما إذا ما كنت متأكداً من أن العبارة توجد بذات النص في الموقع المراد البحث عنه.

4- استخدم الرموز الرياضية: فباسـتخدام علامـة "+" أو كلمـة "AND" يضـمن أن تحتـوي نتـائج البحـث عـلى كلتـا الكلمتـين، والعكـس صـحيح؛ فباسـتخدام علامـة "-" أو كلمـة "NOT" تعمل على استثناء ما بعدها من نتائج البحث.

5- البحث بأوامر البحث أو ما يعرف بـCommands Operator: وهي طريقة فعالة عـلى الرغم من جهل العديدين بها، كأدوات مساعدة يمكن إضافتها إلى عبارة البحث لتضـييق مجال البحث وصولاً إلى نتائج دقيقة. مثل:

- كتابة الرمز "~" قبل الكلمة في حقل البحث للحصول على المزيد من المرادفات، وضع علامة "*" داخل جملة لتحل محل كلمة مفقودة.
- كتابة link متبوعة بعنوان لموقع تعرض جميع الارتباطات التابعة للموقع.
- كتابة كلمة related قبل الموقع لإظهار أي نتائج يراها محرك البحث ذات صلة بالموقع المبحوث عنه.
- كتابةdefine متبوعة بالكلمة المبحوث عنها للحصول على تعريف لها.
- كتابة Author للحصول على معلومات عن صفحة قام بتأليفها مؤلف محدد.
- إضافة كلمة info قبل عنوان موقع تبحث عنه للحصول على معلومات عن الموقع الذي تقوم بزيارته إن وجدت.
- كتابة file type للبحث عن كلمات في نوعية معينة من الملفات.

وأبرزت إحدى الدراسات[61] الدور الذي تلعبه محركات البحث داخل غرف الأخبار، وتوصلت إلى أن هناك تنوعاً في عادات استخدام الأفراد للبحث على شبكة الإنترنت، وهو يرتبط في العادة بطبيعة الدور الذي يقوم به الصحفي، فكلما زاد عمله القائم على جمع الأخبار زادت صلته بالإنترنت، وكلما ابتعد واتجه للجانب التحريري قل اهتمامه بها.

فكان باحثو الأخبار الأكثر مهارة في استخدام محركات البحث، تلاهم المختصون والتقنيون المختصون، وفي المرتبة الأخيرة جاء المحررون والمراسلون. وفقاً للشكل رقم (3)[62].

مهارات استخدام الوسائط المتعددة:

قبل توهج الصحافة الإلكترونية؛ كانت هناك خارج الشبكة محاولات دؤوبة للتقارب بين وسائل الإعلام، والتحالف وبناء العلاقات بين المؤسسات المختلفة؛ بهدف التقارب الكامل من أجل استخدام وسائل الإعلام المختلفة لحكي قصة بطريقة أكثر فعالية في أكثر من منصة إعلامية media platforms؛ كنوع من حراسة البوابة، وفي هذا الإطار يعمل الصحفيون في بيئة تنافسية تكاملية من أجل تحقيق أهداف مؤسساتهم[63].



(شكل (3) يوضح تنوع المهارات البحثية داخل المواقع الإلكتروني

وتحـت مفهـوم التقـارب الإعلامـيMedia Convergence الـذي يزيـل الحـواجز بـين الأشكال والوسائل الإعلامية المختلفة، قامـت عديـد مـن المؤسسـات الإعلاميـة بـدمج صـالات التحرير في موقعها الإلكتروني مع نظيرتها في الصحيفة الورقية أو المحطة التليفزيونيـة التابعـة لنفس المؤسسة[64].

وقامت شركات أخرى بتحويل أنشطتها استناداً على خبرتها؛ إذ استجابت بعض الشركات الإعلامية الأوروبية لاحتياجات الجمهور، واختارت أن تتحول إلى "محركات للمعلومات" حتـى لا تتخلى عن نصيبها من السوق. ولم يكن التغيير سهلاً لأنه يعني التحول من أحاديـة وسـائل الإعلام إلى هيكل الوسائط المتعددة الكاملة[65]. وتعدت الصحافة الإلكترونيـة فكـرة "تقـارب المنصـات" إلى "التقـارب في الحرفـة"؛ ليكـون الصـحفي قـادراً عـلى إنتـاج الصـور والفيـديو، والتخطيط وإدارة التحكم بالألوان، وهذا لا يقل أهمية عن الكتابة الجيـدة، وصـار التصـميم (تصميم الموقع) – بأوسع معانيه- في صلب صناعة الصحافة الجديدة[66].

وينبغي على القائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية عندما يتوجه إلى المستخدم الجديد؛ أن يفكر أقل كصانع أخبار، ويفكر أكثر بعقلية تجار التجزئة: كيف يمكن أن يسوق الأنباء كبضائع مرغوب فيها، والتي تمنح المستخدم قيمة في سوق تنافسية[67].

وتعتمد صحافة الإنترنت في تعريفها على الصحافة التقليدية، ولكنها في الوقت ذاته تتوج الحيرة فيما يتعلق بمستقبل الصحافة؛ ونستطيع أن نقول إن الصحافة ذاتها أصبحت اليوم هجيناً من أشكال مختلفة من الإنتاج الإعلامي، وهو ما أدى إلى ظهور نوع جديد من الصحافة، وهو "الصحافة متعددة الوسائط"[68].

والوسائط المتعددة هي: الاستخدام المتزامن لعرض وسائل الإعلام المتعددة بهدف توصيل رسالة[69]. وبتعريف أكثر بياناً: "توظيف النصوص والجداول والرسوم البيانية والصور الثابتة واللون والحركة والرسوم المتحركة والصوت والفيديو، بكيفية مندمجة ومتكاملة، من أجل تقديم رسالة تواصلية فعالة قادرة على تلبية احتياجات المتلقي ومتكيفة مع قدراته الإدراكية. ويمكن الحديث عن تعدد الوسائط ابتداء من توظيف وسيطين كحد أدنى. والوسائط المتعددة -وفقاً لهذا التعريف- ليست مجرد عملية تجميع لهذه الوسائط، بل هي عملية إبداعية تخضع للشروط الفنية والنفسية (الإدراكية والمزاجية) المواكبة لعملية التلقي"[70].

وعلى نحو متزايد.. تتحدى وكالات الأنباء نفسها وفريقها، لكي تخطوَ بهم خطوة خارج خبراتها، ومحاولة تنسيق مجموعات من الأنباء تستفيد من كافة الأشكال والإطارات الإعلامية المتاحة، ومحاولة توظيف الفلاش لإنشاء وجهة مشتركة تحوي الرسومات والصور والفيديو والصوت، في عرض متواصل لا ينقطع – تقنيًّا - من قبل المستخدم[71].

والفلاش هو ناقل للحركة باستخدام البرامج التي تسمح بإضافة الحركة إلى الموقع على الإنترنت، أو بإنشاء الموقع بأكمله داخل فلاش[72].

وتشير إحدى الدراسات إلى أن النص لا يزال هو حجر الزاوية في المواقع الإخبارية[73]. ولكن مفهوم الأنباء تغير، وأصبح أكثر توجهاً نحو الخدمات وأقل مؤسسية[74].

وهو ما يتطلب إعادة التفكير في مؤهلات التعيين في غرف الأخبار، والمزيد من التدريب للصحفيين، وهو ما دفع صحيفة "الجارديان" إلى استثمار 15 مليون جنيه استرليني في المواقع من أجـل "لعـب الفيـديو خـارج إطـار الصـفحة". وكـان نجـاح "يوتيـوب" www. youtube .com[75] أحد عوامل التطوير في الإخبارية على الإنترنت، لأنه أتاح سهولة إنتـاج الفيـديو لأي فرد؛ بعدما كان يتطلب ميزانيات ضخمة داخل الاستوديوهات التلفزيونية[76].

ويمنح الفيديو الأخبار المزيـد مـن الاختصـار بـدلاً مـن الإسـهاب في الشرح المكتـوب[77]. ولكن يجب أن يُكمِل الفيديو القصة الخبرية/ الموضوع ولا يكرره[78].

وصارت التقارير غير المدعومة بالوسائط المتعددة جافة؛ لأن الوسائط المتعددة تجعلهـا على قيد الحياة. وهو ما أظهر مفهوم "التعبير المبتكر في الصحافة"؛ والذي يعني اعتماد أفكار وتكنولوجيات جديدة حـول كيفيـة توزيـع الأخبـار عـلى الجمهـور[79]. وبحسـب تعبـير أحـد الصحفيين: "لا يمكنك أن تكون مراسلاً للطباعة بعد الآن"[80].

وبفضل شبكة الإنترنت؛ تحول الصحفيون من كـونهم "حراسـاً" إلى أن صـاروا "وسـطاء"، وتحول الجمهور من كونهم "مستقبلين" إلى أنْ غدَوا "منتجين". وساهمت تكنولوجيات أخرى في تَبـدُّل أدوار الصـحفي وتغـير مهامـه، منهـا الهواتـف المحمولـة والأقـمار الصـناعية، وعـلى الصـحفي أن يـتعلم المزيـد لأن الصـحافة الإلكترونيـة تحتـاج لعـدد أقـل مـنهم، والصـحفي "الشبكي" يجب أن يكون أفضل من الصحفي في أي وقت مضى، لأنه يعمل مع جمهور يعتقـد أنه يعرف أفضل، والمعلومات متوفرة وسهل الوصول إليهـا، لـذلك عـلى الصـحفي أن يضـيف قيمة مضافة إلى التقارير، ويجعلها أعمق وأكثر تكاملاً على نحو أفضل من ذي قبل[81].

وانتشرت على الإنترنت في الآونة الأخيرة الإذاعـات الصـوتية التـي تعتمـد عـلى الصـوت بشكل كبير في التوجه إلى جمهور الإنترنت، ولقيت انتشاراً معقولاً في مصر مثل مواقـع راديـو حريتنا www.horytna.ne وراديو سوا www.radiosawa.com والإذاعة التابعة لموقع إسلام أون لاين www.islamonline.net.

كما يتم إبراز بعض الموضوعات الصحفية المكتوبة بالتسجيلات الصوتية للحوارات والبيانات الصحفية وبعض التسجيلات المتعلقة بالموضوع والتي تخدم القارئ صوتيًّا وتضيف للمعنى المكتوب، وانتشر أيضاً البث المباشر الصوتي والمرئي للمؤتمرات والندوات والخطب على المواقع.

وينصح جي كارل جانتر وإيلين إي جانتر[82] الصحفي الذي يجري لقاءات صحفية مسجلة مع المصادر والجمهور بألا يضع الكلمات في أفواه الناس، وإذا أراد التأكيد على معنى معين، فليطلب منهم في التسجيل إعادة جملة كاملة ليسمعها الناس على ألسنتهم، مع الاهتمام بالأصوات الطبيعية المحيطة إذا كانت لها أهمية.

ويتساءل الكاتبان: "إذا كنت أنت غير مكترث بقصتك.. فمن سيفعل؟!".. فعلى الصحفي – كما يوضحان في دراستهما - أن يخدم موضوعاته صوتيًّا؛ إما لإضفاء الخيال أو المصداقية، فالناس قد يَشكُّون فيما يقرأون، ولكنهم في العادة لا يُكذِّبون ما يَسمعونه أو يُشاهدونه، ولكن يجب مراعاة الأخلاقيات وعدم اقتطاع الجمل من سياقها لتوجيه دفة المعنى إلى فكرة ما[83].

وهناك جانب اقتصادي قوي في توظيف الوسائط المتعددة؛ فظهرت في أوروبا خدمة "الفيديو تحت الطلب" خاصة في الدول الاسكندينافية، حيث يشاهد المستخدم من برامج التليفزيون الشعبية المتدفقة على شبكة الإنترنت، من خلال دفع رسوم لمشاهدتها.

بالإضافة إلى رسائل آخر الأخبار، أسعار الأسهم، نتائج المباريات الرياضية، وعشرات من الصحف.. يتم السماح لزوار الإنترنت دفع المحتوى من خلال فواتير الهاتف المحمول، وباستخدام خدمة الرسائل القصيرة [84].

وتشير دراسة محمد الأمين موسى أحمد[85] إلى افتقار الإعلام الإلكتروني العربي إلى الجدية والجاذبية في توظيف الوسائط المتعددة، وأنه يميل إلى حاسة واحدة لدى الجمهور. ويوصي بتدريب القائمين على الاتصال في المواقع العربية على المهارات التكنولوجية.

ويعلق على سوء توظيف الوسائط المتعددة، قائلاً: "بعد مرور عقد من الزمان على بروز فكرة الوسائط المتعددة الرقمية وانتشـار تطبيقاتهـا ومسـارعة التكنولوجيـا لتـذليل الصـعاب التقنية أمامها، يصعب قبول فكرة التخلف عن قطار الوسائط المتعددة، سواء بسبب موقـف رافض لها أو بسبب عدم إدراك أهميتها أو بسبب ضعف معـرفي وتـدريبي في التعامـل معهـا وإنتاجها.

وتتيح الوسائط المتعددة لوسائل الإعلام العربي فرصاً غـير محـدودة للارتقـاء والمنافسـة ليس فقط في المحافظة على جمهورها، بل لجذب جمهـور جديـد وعـريض تصـل إليـه شـبكة الويب في كافة أرجاء المعمورة.

كما أن الوسائط المتعددة قد تسـاعد وسـائل الإعـلام العـربي الإلكـتروني في التحـرر مـن شكلها التقليدي الذي يعبر عن محدودية الطموح والكسل الفكري والإبداعي، وتقودها نحـو مزيد من الاهتمام بـالمتلقي والتفاعـل معـه دون إغفـال ذوي الحاجـات الخاصـة والإعاقـات الحسية الجزئية".

وقد يعتبر بعـض الصـحفيين أن إنتـاج الوسـائط المتعـددة تبـديلاً خـارج نطـاق مهمتـه ومهنته، ولكنه لو فكر قليلاً واستجاب لحتمية التدريب على هذه المهارات، سـيجد أنـه بهـذا يخدم رسالته، ويصل بها إلى أكبر عدد من الجمهور، ويجعلها تحظى بأكبر قدر من التفاعليـة والتقدير والاهتمام منهم.

مهارات الإشراف على صحافة المواطن:

تبدو المنتديات وساحات الحوار في المواقع الإعلاميـة الصـحفية مسـاحةً خلفيـةً يفـترض منها أن تسمح بالتنفس الحر للقارئ، إلا أن هذا القارئ يرغب عنها بدوره، ولا يشارك بجدية إلا في الساحات التي تستحثه بقوة وتفتح باب المشاركات دون تقييد للآراء اللـهم إلا تهذيب الألفاظ واستبعاد الإهانات.

فالمسـتخدم user يستشـعر معنـى الحريـة عـلى شـبكة الإنترنـت: حريـة الاسـتخدام،

حرية التعبير، حرية الانتقاء، حرية المشاركة. والإعلامي المتميز هو من يُعلي من هذا الإحساس بالرفاهية والحرية، ويساهم في إشباع احتياجات المستخدم، واستقطاب مشاركاته وولائه.

ولأن المكانة التي نالها المستخدم (المرسل) في عملية الاتصال هي الأكبر في تاريخ وسائل الإعلام الجماهيرية، فقد ظهر مفهوم صحافة المواطن citizen journalism.

وصحافة المواطن هو مصطلح إعلامي واتصالي في نفس الوقت؛ وهو على المستوى التاريخي حديث النشأة، ومصطلح غير مستقر على المستوى المفاهيمي. وتُشخَّص صحافة المواطن عند البعض على أنها إعلام المواطن. وعند مجموعة أخرى: الإعلام التشاركي أو التفاعلي أو التعاضدي. وعند آخرين: الإعلام البديل أو الصحافة المدنية[86].

وفي ضوء إعادة صياغة العلاقة بين الإعلاميين والجمهور (المرسل والمستقبل)؛ فإن المطلوب من المحرر في ساحات الحوار "الانخراط في المحادثات مع الجمهور" (بتعبير ستيفن نيومان نائب المدير العام بموقع nytimes.com)، أو على حد قول جولي ويبر (مدير الإعلام الرقمي بصحيفة هيرست): "أعطوهم ما يريدون، وامنحوهم قيمة"[87].

وكان الإعلام القديم يقوم على استخلاص الأخبار من أفواه وأقلام الصحفيين، ولا يتبقى للقراء إلا "الرسائل" للتعبير عن أنفسهم، ولكن الإعلام الجديد أصبح يستخلص بعض القصص الإخبارية والموضوعات الصحفية من محادثات ونقاشات القراء.

ويذهب البعض إلى أن وكالات الأنباء التي نزلت إلى ساحة الإنترنت؛ عليها أن تتنافس مع المدونين وكل مصدر على الويب يسمح لنقاشات الجمهور[88].

وليس مستغرباً أن أكثر مواقع الأخبار تقدماً على الإنترنت؛ بدأت تطلب من القراء أن يبدأوا مشاريع إعلام المواطن؛ من خلال تقديم صور، والبدء في التدوين، والاهتمام برجع الصدى. والمطلوب من محرر هذه الساحات التي تقوم على جهود المواطن الإعلامي أن يكون على الخط مع كل هذه الجهود، وأن يشرف عليها مع إضفاء لمسة طفيفة ولكن فطنة، والسماح بحرية التعبير دون الوصول بالموقع إلى التقاضي[89].

ويجـب عـلى محـرر سـاحات النقـاش أن يعلـم أكـثر عـن التكنولوجيـا لأن مشـاركات المستخدمين لا تأتي بالضرورة على هيئـة نصـوص، ولكنهـا عـادة مـا تزخـر بالملفـات الصـوتية وروابط الفيديو المحمَّلة من موقع يوتيوب www.youtube.com، وهـذه المشـاركات تكـون أكثر جاذبيةً واختصاراً.

وقد يوظف المحرر محركات البحث في البحث عن معلومـات وتفاصـيل تهـم الجمهـور فيما يتعلق بقضية من القضايا الساخنة في توقيت النشر، ويقوم بتغـذيتها بـالروابط والصـور والملفات الفيديو التي تسهم في رسم صورة كاملة عن الحدث أو الموضوع، بما يستحث القراء لإضفاء انطباع أو ترك رأي يغذي الجانب التفاعلي.

وهو ما يؤكد مرةً أخرى على أهمية مواكبة هـذا المحـرر للتطـور التكنولـوجي المتعلـق بوسيلة الإنترنت[90].

وهناك مواقع في غاية الأهمية تقوم على تقديم المعلومات استناداً إلى جهود الـزوار، ولا يقـوم محرروهـا المعينـون فيهـا إلا بـدور الإشراف.. أهمهـا عـلى الإطـلاق الموسـوعة الحـرة ويكيبيديا www.wikipedia.org، وهي موسوعة حرة في أكثر من 260 لغة، يسـتطيع الـزوار المشاركة في تحريرها، ويساهم فيها أكثر من 85,000 مساهم نشط يعملون على أكثر مـن 14 مليون مقال، 109,296 مقالاً منها باللغة العربية. وكانت النسخة العربية قد بـدأت في يوليـو 2003. ويزور الموسوعة يوميًّـا آلاف الـزوار مـن مختلـف أنحـاء العـالم، ويجـرون الكثـير مـن التعديلات على المواد التي تهمهم، وينشئون الكثير من المقالات الجديدة[91].

وحاولت عديد من الدراسات رصد آراء المحررين في المواقع واستطلاع اتجاهـاتهم تجـاه ما ينتجه الجمهور. واستطلعت إحدى الدراسات[92] مدى تقويض المحررين لصـحافة المـواطن كنوع من حراسة البوابة والسيطرة على المضـمون، وأشـارت إلى ممانعـة بعـض الصـحفيين في الاستفادة من صحافة المواطن وإدماجها في المنتج الصحفي.

وكانت أسباب الرفض أن المحررين يشعرون أنهـم بحاجـة إلى التأكـد مـن أي مـادة ينتجهـا المـواطن، ويجـد الـبعض صـحافة المـواطن غـير عمليـة وغـير مرضـية لأسـباب

متنوعة، وبعضهم يشعر بالقلق إزاء المساءلة القانونية، مثل رفع دعوى قضائية بتهمة التشهير، ويجد آخرون صعوبة في الحصول على مشاركة من عدد معقول من المواطنين.

وأشارت دراسة أخرى إلى أسباب أخرى للرفض، ومنها أن المحرر يحتاج إلى جهد كبير لإعادة تحرير مشاركات صحافة المواطن، للحفاظ على معايير التدقيق الإملائي والنحوي، ضمان التوازن واللياقة، مقاومة النزعة الفردية والشخصية[93].

ويشتبك مع مفهوم "صحافة المواطن" مفهوم آخر، يطلق عليه "الصحافة مفتوحة المصدر" Open source journalism وهو مصطلح قريب ومشترك مع مصطلحي "صحافة المواطن" citizen journalism و"الصحافة القائمة على المشاركة" (الصحافة التعاونية) participatory journalism. وكانت أول صياغة لهذا المفهوم في عام 1999 في عنوان مقال كتبه أندرو ليوناردو في موقع (صالون salo.com)، وقام يوهان جي إنجليس نوبل بالتماس ردود فعل على مقالة سابقة له، وقام بإعادة نشر قصته على أساس التغذية المرتدة[94].

ويصف جينس انتليجنس صحافة المواطن بأنها "قفزة عملاقة إلى الأمام لصحافة تعاونية على الإنترنت"[95]. وهي صحافة متعددة، أو مفتوحة المصدر؛ لأن المحرر فيها لا يغلق مادته على مصادر المعلومات التي بنى عليها تصوره وموضوعه، ولكن في المقابل تظل الإضافة للموضوع والتعديل فيه والتعليق عليه ومراجعته؛ إمكانيات متاحة لمصادر متعددة من أفراد الجمهور الذين يمكنهم إضافة ما لديهم من معلومات لهذا المحتوى[96].

وتعد الصحافة مفتوحة المصدر شكلاً من أشكال الصحافة الجديدة التي تقوم على توظيف التفاعلية لجذب مشاركات القراء وإدماجهم في صناعة المواد الصحفية، وبخاصة التحقيقات التي كانت تتطلب نزول الصحفي إلى الناس لاستطلاع آرائهم الصحفية في قصصه وتقاريره. ولكنه لا يحتاج إلى مزيد من التحقيق الميداني الذي يمكن أن يكتفي به لاستطلاع آراء الجمهور واجتذاب مشاركاتهم، وهو بهذا يحقق في

الوقت ذاته أهم متطلبات عمله كصحفي على الإنترنت وهو التفاعل مع الجمهـور وتوظيـف مشاركاتهم في الصحافة الجديدة.

وثمة تطور جديد نسبيًّا، وهو استخدام استطلاعات الـرأي المتقاربـة، بمـا يسـمح بكتابـة افتتاحيات وآراء وترك المساحة للتصـويت والتعليـق، ويحظـى هـذا الشـكل التفـاعلي بقبـول واسع بين مستخدمي الإنترنت[97].

ويتميز هذا النوع من الصحافة بالشفافية والاسـتجابة والتواضـع في الاعـتراف بالأخطـاء وتعديل المادة، وكسب ثقة الناس والتعبير عنهم بألسنتهم[98].

ويحتاج مفهوم الصحافة مفتوحة المصادر اسـتخدام برنـامج مناسـب يُعـرف بــ open source software، ويرجع إليه أيضا السبب في تسميتها بهذا الاسم، بفضـل طبيعـة البرنـامج التي تعتمد عليه حيث يكون كود الصفحات الأصلي مفتوح، حتى يتـيح اسـتقبال المعلومـات والإضافات والتعديلات من مصادر مختلفة من الجمهور، ويمكن للخبراء المتخصصـين أو حتـى الجمهور العام إضافة وتعديل ما يرونه للمادة الصحفية؛ تمهيداً لإعدادها في صـورتها النهائيـة على يد المحرر الصحفي[99].

وتتصل "التعليقات" بالمضمون الذي ينتجه المواطن، وهي الأثر والانطبـاع الـذي يُخلفـه المستخدم أسفل كل مادة، وتعتبر هذه التعليقات أهم مظاهر تفاعل الجمهور مع الرسالة.

ويشـير فـراج إسـماعيل - مـدير تحريـر موقـع العربيـة. نـت- إلى أن رسـائل القـراء وتعليقاتهم هي التي جعلت الكتاب الصحفيين الكبار في الصحافة المطبوعة يهرولون إلى نشر مقالاتهم بالإنترنت للحصول على تفاعلية أكبر وردود فعل سريعة من القراء[100].

ولكنه أكد على أن التعليقات تحظى برقابـة وإشراف محـررين ذوي مهـارات تحريريـة وتكنولوجية متميزة، يعملـون بالتنـاوب عـلى مـدار السـاعة، لا يـنشرون التعليقـات إلا بعـد

"فلترتها" من أي تعليقات نابية، كما يتسم المحررون بالتركيز الشديد والذكاء لأن هناك قراء يمررون رسائل معينة من بين السطور، وهناك اختلاف في لهجات القراء، بما قد يؤدي إلى مرور تعليقات نابية على المحرر.

ويستدرك فراج مدافعاً على سياسة موقعه في التعامل مع تعليقات القراء: "هذا لا يعني التعسف في التعامل مع التعليقات التي تمثل عصب الصحافة الإلكترونية وقلبها النابض بالحياة، ولكنها حكمة مطلوبة لمنع الانفلات، فالحرية لا تعني تحويل الصحافة الإلكترونية إلى مقاهٍ على أرصفة الشوارع أو في المناطق العشوائية"[(101)].

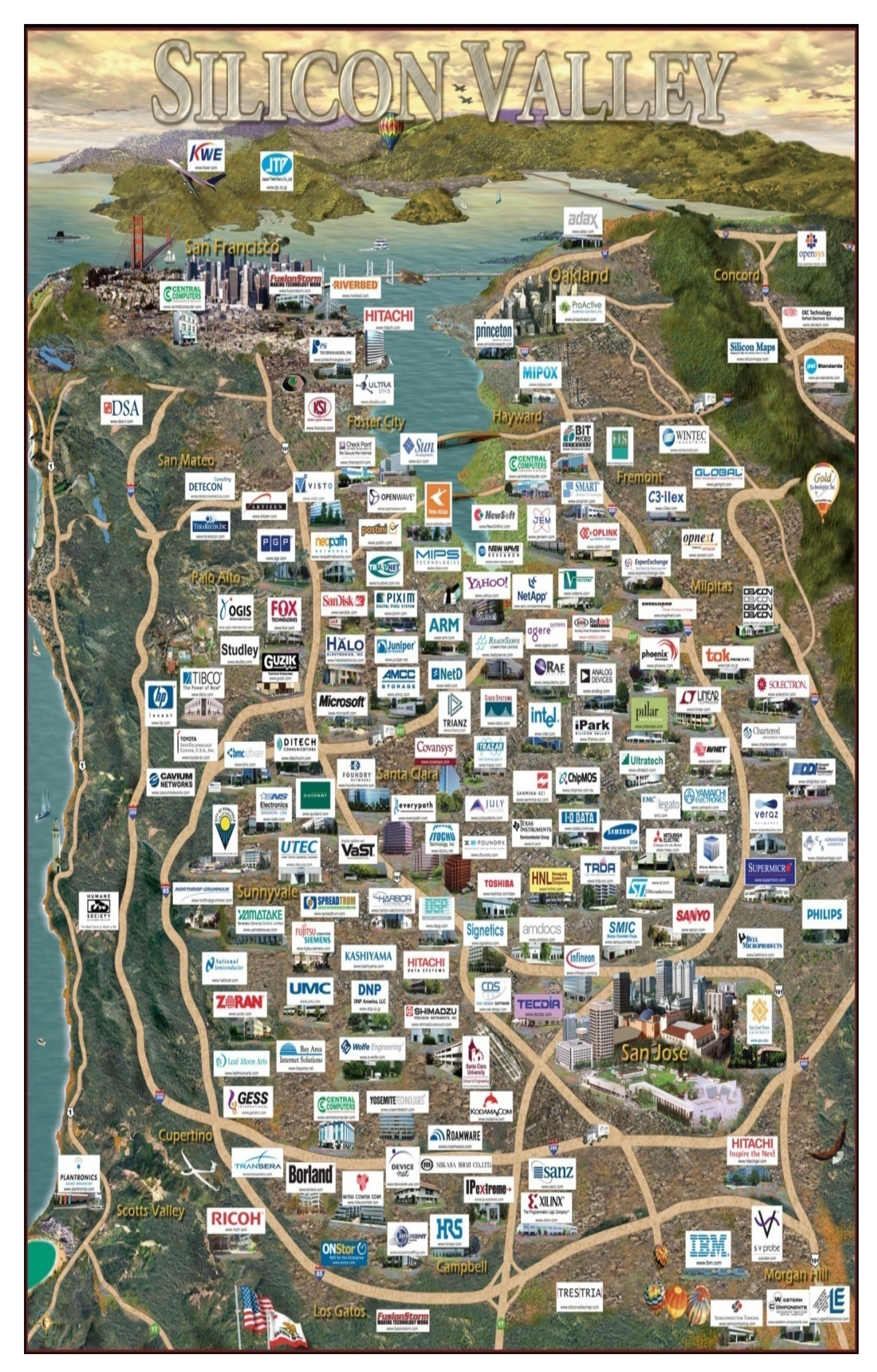
وقد بدأت المواقع الإلكترونية على استحياء في نشر التعليقات تخوفاً من تجاوزات القراء في التعبير عن آرائهم، وبالفعل يعاني عديد من الكتاب من ردود الفعل العنيفة لبعض القراء تجاه ما يكتبون، لذلك يشترط بعض كِبار الكتاب والصحفيين أن تُحجب خاصية التعليق أسفل مقالاتهم، ويفضلون بدلاً من ذلك أن يتركوا عنوان بريدهم الإلكتروني أسفل المقال، حتى يتابعوا آراء المستخدمين دون تعرضٍ للتجريح على الملأ.

مهارات توظيف إعلام "وادي السيليكون":

نوع جديد من الإعلام يُنتج في وادٍ يُدعى "وادي السيلكون" Silicon Valley بالمنطقة الجنوبية من خليج سان فرانسيسكو في كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية.

يتكون الاسم من شقين الأول "وادي" وهو عبارة عن وادٍ كان يتألف من مناطق زراعية شاسعة تبدلت الآن، وأصبحت تضم العشرات من الشركات التقنية المتخصصة في السوفت وير Software والهارد وير Hardware.

أما الشق الثاني من الاسم، يعود إلى السيليكون، وهو المادة الكيميائية المشهورة بالاستخدام في عمليات التجميل، ولكنه عنصرٌ أساسيٌّ أيضًا في صناعة الشرائح الإلكترونية ومنها معالجات الحواسيب. وتدين صناعة الكمبيوتر والتقنيات الحديثة بالفضل إلى هذا السيلكون[(102)].



شكل (4) يوضح انتشار الشركات التقنية في وادي السيليكون

وأصبحت منطقة وادي السيلكون مشهورة بسبب وجود العديد من مطوري ومنتجي برامج الإنترنت في العالم، ومقر آلاف من الشركات العملاقة مثل جوجل، ياهو، فيس بوك، نوكيا، ميكروسوفت، يوتيوب، سوني[103].

جاء معظم العاملين في هذه الشركات من جامعة ستانفورد التي يعود إليها الفضل في توطين التكنولوجيا في وادي السيلكون، ويشير المراقبون إلى أن هذه الجامعة تعد مصنعًا لإنتاج المواهب والعقول المبدعة.

فكر فردريك إيمونز تيرمان أحد الأساتذة بالجامعة في كيفية توفير فرص العمل للخريجين الموهوبين. وعرض على عدد منهم أن ينشئوا شركاتهم الخاصة، واقترح على إدارة الجامعة أن تشتري الأراضي المحيطة بها وتبيعها بأسعار مخفضة للطلبة المتفوقين كنوع من الاستثمار في أفكار الطلبة، حتى أصبح هذا المكان مغناطيسًا يجذب المبدعين حول العالم، وتُوصف الجامعة بأنها "مزرعة المواهب" أو "الواحة العلمية"، ومن أشهر خريجيها مؤسسو شركات جوجل، ياهو، يوتيوب[104].

خلقت هذه الشركات، التي تجمع بين إنتاج "السوفت وير" و"الهارد وير"، أنواعاً جديدة من الصحافة بفضل تمكين المواطن من أدوات إعلامية بأسعار مختلفة، فأوجدت صحافة المواطن وصحافة التدوين متناهي الصغر، فضلاً عن كونها تخلق أنماطًا جديدة من التفاعل والبث والإنتاج، تمكن القائم بالاتصال في البيئة الرقمية من صناعة محتوى متفاعل وحيوي وسهل الاستخدام.

جدير بالإشارة أن هذه الشركات تنتج وسائط جديدة بما يتطلب نوعًا مغايرًا من الصحافة. فأحدث منتجات الشركات التقنية خلال عام 2010 كان جهاز "آي باد" I Pad الذي طُرح لسد الفجوة بين الهواتف الذكية والكمبيوتر المحمول، ظهر كوسيط ليجتذب نوعًا جديدًا من الصحافة الرقمية التي تم إطلاقها لتناسب الوسيط الجديد، طبقًا لما قاله المنظر والفيلسوف مارشال ماكلوهان "الوسيلة هي الرسالة".

وفرضت بعض الصحف رسومًا خاصةً على النسخ الإلكترونية المتصفحة على الآي

باد، ومن المنتظر تجربة جديـدة للمليـارديرروبـرت مـيردوخ Rupert Murdoch مؤسسـة نيوز كوربوريشن.

إذ أعلن مردوخ في نهاية عام 2010 أنه يستعد لإصـدار صـحيفة رقميـة حصريـة لجهـاز الآي باد وأجهزة الكمبيوتر اللوحية الأخرى، وأكد أنه سيفرض رسومًا بسيطة عـلى المحتويـات الإخبارية لمتصفحي الشبكة العنكبوتية، كما شكل فريقًا من الصحفيين للإشراف عـلى المشروع الإخباري الجديد الذي يطلق عليه اسم "اليومية" The Daily. وقال إنها ستركز عـلى الأخبـار المحلية، كما ستتجه فنيًّا تجاه الاستفادة من سمات صحف التابلويد[105]، وهي الأكـثر مناسـبة لحجم وطريقة استخدام جهاز الآي باد.

وبالفعل تم إطلاق الصحيفة في فبراير 2011، ووصل عدد قرائها إلى أكثر مـن 120 ألـف قارئ أسبوعياً مقابل 99 سنتاً، بينما يصل الاشتراك السنوي إلى 39.99 دولار[106].

هذا التطور المتلاحق في بنية الاتصـال ووسـائله، يسـتدعي أولاً الـتصريح الـذي أدلى بـه ستيف جوبز المدير التنفيذي – حينها - لشركة آبل الأمريكية العملاقة في صناعة التكنولوجيـا الرقمية يوم الأربعاء 27 يناير 2010 في حفل الإعلان عن جهاز الآي باد الجديد.. قال: "قامـت أمازون بمهمة ريادية عظيمـة عـلى هـذا الصـعيد بجهـاز "كاينـدل"[107].. وسـوف نقـف عـلى أكتافهم، ونمضي بعد ذلك بقليل".

اللافت في هذا التصريح، والتعاقب المتوالي لإصدارات وتحسينات الشركـات التقنيـة هـو حالة من التنافس والإبـداع، التـي تخلـق أطـوارًا وأجيـالاً مـن المتصـفحات الجديـدة، المـؤثرة بدورها على تلقي وإنتاج المستخدمين. فـالمواقع المستضـيفة للتـدوين، الفـيس بـوك، التـويتر، اليوتيوب، خلقت أنماطًا جديدة من العمل الإعلامي والسلوك الاتصالي.

وتشير العديد من الدراسات إلى دور هذه المواقع في تحقيـق ديمقراطيـة الاتصـال بعد أن كان التدفق الإعلامي من أعلى لأسفل، ولكن الباحثـة تعتقـد أن نمـط الاتصـال وتقنياته وأجهزته ومساراته لا يزال متـدفقًا مـن الشـمال للجنـوب. أمـا مـا يُقـال عـن ديمقراطية الاتصال.. فقد تحقق منها الاستخدام والوصول. ولم نصل بعد إلى حالـة مـن

التدفق المتبادل للإبداع بين الشمال والجنوب.

ويستخدم القائم بالاتصال في الإعلام الإلكتروني المنصات الثلاث: الفيس بوك ويوتيوب وتويتر؛ في نشر ومشاركة وبث المواد الإعلامية المختلفة، مع كثرة المنتجات الإعلامية على الإنترنت، تفيد هذه المواقع في إنتاج وتوصيل الرسالة إلى عدد من المتلقين المختارين إما أن يكونوا جمهورًا عامًّا، أو حفنة من الأصدقاء.

وتتعدد استخدامات القائم بالاتصال لموقع يوتيوب؛ فقد يتخذه وعاءً للمحتوى المرئي، أو لتوظيف مادة منشورة على اليوتيوب في الربط بينها وبين مادة خبرية أو فنية، أو لاسترجاع مادة تليفزيونية على سبيل المثال.

أما تويتر، فيتم استخدامه في بث الأخبار العاجلة، ومتابعة البث الإخباري المكثف المنشور حصريًّا على الموقع.

مواقع تغذي الإعلام الإلكتروني:

هناك بعض المواقع التي تتقاطع جهودها أحيانًا مع العمل الصحفي والإعلامي(108) وهي مواقع تقوم بالأساس على المحتوى الذي يصنعه المتلقي user generated content، والتي يمكن استثمارها في خدمة العمل الصحفي والإعلامي على الإنترنت، من هذه المواقع:

1- تويتر twitter.com

هو ثاني الشبكات الاجتماعية، ويعتبر الموقع العاشر عالميًّا على تصنيف أليكسا ALexa (نوفمبر 2013)، يعتمد على التدوين القصير فيما لا يزيد عن 140 حرفًا، وصل عدد مستخدميه إلى 500 مليون مستخدمًا للشبكة في 2013(109). ومن المعروف أن تتبع follow بعض الشخصيات على الموقع وتتبع أخبارهم وتصريحاتهم أدى إلى بعض المشاكل، فعلى سبيل المثال.. أجبرت إدارة محطة التلفزيون الأميركية "سي إن إن" إحدى مذيعاتها، الصحافية أوكتافيا نصر (المختصة بشؤون الشرق الأوسط)، على

الاستقالة من المحطة بعد أن كتبت تعليقًا لها على موقع تويتر عبرت فيه عـن حزنهـا لرحيـل المرجع الشيعي العربي (لبناني الجنسية) السيد محمد حسين فضل اللـه واحترامها إياه عقـب الإعلان عن وفاته.

وبغض النظر عن تقويم موقف شبكة السي إن إن، إلا أن تتبع الشخصيات والمؤسسـات ورصد أخبارهم على التويتر أصبح من أهـم مهـام الصـحفي في علاقتـه بشـبكة الإنترنـت، لأن الأخبار والآراء تعكـس مواقـف يمكـن مناقشـتها أو تعـد مـؤشرًا في بعـض الأحيـان في تحليـل القضايا والاتجاهات المختلفة.

ويفيد تويتر الصحفي أيضًا في التعرف إلى أحدث الأخبار في قضية ما أو بلـد معـين، مـن خلال محرك البحث على تويتر، وبتتبع الأخبار السابقة عبر معرفة اسم الاختصار المتداول على شبكة تويتر فيما يسمى بعلامة الشباك (#) أو (Hashtag).

ومن المعروف بين مستخدمي توتير تواتر استخدام علامة الشـباك # مـن أجـل اختصـار مصطلح أو اسـتدعاء الأخبـار السـابقة حـول نفـس الموضـوع. وتسـتخدم بكـثرة في تغطيـات الصحفيين للمؤتمرات وتغطيات الناشطين المدنين والمدونين للمظاهرات، كـما في القضـايا ذات التحديثات المتوالية، مثل خريطة التحرش الجنسي والمعروفة بهذا الرمز: Harrassmap#.

وقد قامت إذاعة نجوم FM وجريـدة المصري اليـوم في مصر بعمـل رمـز شـباك خاصـة بحوادث ومشاكل المرور من أجل متابعتها أول بأول والإبلاغ عنها عبر الموبايل الذي يمكن من خلاله إرسال التحديثات أول بأول لتويتر، ومن خلال تويتر يمكن مشاركة التحديثات الجديـدة على الفيس بوك.

ومن المفيد للقائم بالاتصال على الإنترنت أن يقوم أيضًا بقـدر مـن النشـاط عـلى موقـع تويتر و"تتبع" Folow الشخصيات والمؤسسات التي تدخل في إطـار اهتمامـه، وعمـل صـفحة لموقع واختيار أهم الموضوعات والأخبار العاجلة لبثها عبر تويتر.

ومن أبجديات التعامل مع تويتر اختصار الروابط بهدف تقليل عدد الحروف للاستفادة المثلى من الأحرف المتاحة للتدوينات الصغيرة المكثفة على تويتر.

ويوجد العديد من المواقع التي تقوم بعملية الاختصار مثل موقع (bit.ly) الذي يقوم باختصار الرابط في أقل عدد من الحروف وإعطاء إحصائيات دقيقة عن هذا الرابط وكم مرة تم الدخول عليه وعبر أية دول. وهذه الإحصائيات تفيد القائم بالاتصال كثيرًا في معرفة مدى جاذبية المواد المعلن عنها وأفضليتها لدى الجمهور، وطبيعة الجمهور الذي يتوجه إليه وخصائصه الديموغرافية بما يساعده في تطوير رسالته الإعلامية والإعلانية.

2- فيس بوك Facebook

انطلق موقع الفيس بوك عام 2004 من داخل جامعة هارفارد ثم أصبح شركة عملاقة من أهم شركات وادي السيليكون[110]. يعتبر فيس بوك أكبر شبكة اجتماعية على الإنترنت، تحتل المركز الثاني في ترتيب المواقع على مؤشر أليكسا (نوفمبر 2013)، بعد محرك البحث جوجل google، استقطبت 800 مليون في عام 2011 [111]، وتجاوز عدد المستخدمين المليار (1,19 مليار مستخدم) في سبتمبر 2013م [112]، وأشار الفيس بوك إلى أن عدد المستخدمين النشطين يوميًا على الموقع 728 مليون مستخدم، وعدد مستخدمي فيس بوك عبر التليفون المحمول 874 مليون مستخدم[113].

هناك وجود صحفي كبير على شبكة الفيس بوك وهي الأكثر تفضيلاً لدى الناس من شبكة تويتر؛ لما تخلقه الأولى من حالة النجومية الفردية بإمكاناتها في استضافة الصور والترويج للروابط والفيديوهات وخلق حالة إعجاب بالحالات المدونة status.

كما يتيح الفيس بوك كتابة الملاحظات، وهي أقرب إلى التدوينات، مما أدى إلى عزوف الكثير من المدونين عن التدوين على مدوناتهم الشخصية، وتفضيلهم نشرها على الفيس بوك رغم تواضع إمكانياته التحريرية، وذلك لضمان تمريرها لأكبر عدد من الناس، وخاصة عبر خاصية الإشارة إلى أحدهم في الملاحظات[114].

ومن إمكانات الفيس بـوك المشـاركة في نشر التعليـق والـرابط والفيـديو والصـورة مـن شـخص لشـخص ومـن مجموعـة لأخـرى، وعـبر هـذه المشـاركات تظهـر بعـض المجموعـات والصفحات الخاصة التي تتبنى فكرة أو تدعم قضية أو تناصر شخصية فنية أو عامة.

على سبيل المثال: أنشأ الناشط الشاب وائل غنيم[115] صفحة "كلنـا خالـد سـعيد" عقـب موت المواطن خالد سـعيد بالإسـكندرية عـلى يـد الشرطـة المصريـة، وأطلـق غنـيم الصـفحة احتجاجًا على التعذيب وانتهاكات الشرطة. وتضم الصفحة أكثر من 1.680.000 معجبًا[116].

وتشبه هذه الصفحة جرنال المعارضة[117]، جذبت الكثير من المتعاطفين معهـا، وعملـت حالة من الثورة وتنظيم التظاهرات والوقفات الاحتجاجية ورصد كل فعاليات وصـور وأخبـار هذه القضية، وهو ما يهم أي صحفي متابع لها بمعرفة الجديد ومتابعة الرأي العام حولها.

وعلى الجانب الآخر يمكن للقائم بالاتصال أن يقوم بعمل حملات إعلامية وإعلانية أيضًا عبر الفيس بوك إما بإنشاء صفحة fans page أو عـبر إنشـاء مجموعـة group ولكـل مـنهما مميزات، ولكن تفوق مزايا الصفحة على المجموعة لأنها تظهر في تحديثات الصفحة الرئيسـية لأعضائها.

وعند الإعلان عن آخر موضوعات الموقع الذي يعمل به القائم بالاتصال أو الموضـوعات التي ينتجها، يُفضل ألا يكثر من الروابط المعلن عنها، حتى لا يضيق المستخدم للفيس بوك أو تويتر بهذا الزخم، وخاصة أن الموضوعات الجدلية هي الأكـثر جـذبًا للإعجـاب like والتعليـق comment والمشاركة share.

ومن أخلاقيـات التعامـل الصـحفي والإعلامـي مـع الفـيس بـوك وتـويتر نسـبة الأخبـار والتعليقات لأصحابها، وعدم الاستيلاء على مشاركات المستخدمين وضـمها دون إشـارة لإنتـاج وموضوعات القائم بالاتصال على الإنترنت والصحفي بصفة عامة.

ويفيد الفيس بوك القائم بالاتصال في البحث عن صفحات ومجموعات جديدة تفيد مجال تخصصه إذ يذخر الفيس بوك بالعديد من الإمكانات التي يمكن الاستفادة منها وتنحية الجانب الترفيهي والاستهلاكي في استخدامه وخاصة في أوقات العمل.

ويفيد الفيس بوك وتويتر أيضًا في التعرف على سجلات الشخصيات العامة أو شخصيات بعينها، ونذكر في هذا صفحة مريم فكري – إحدى الضحايا في تفجير كنيسة القديسين بالإسكندرية- حيث كانت الصفحة مرجعاً مؤثراً لآخر كلمات مريم قبل الذهاب للكنيسة وحدوث التفجير.

ومن المهم ألا ينخدع القائم بالاتصال بعدد المشتركين في مجموعة أو المعجبين بصفحة على الفيس بوك، فليس هذا بالضرورة مؤشرًا لقوة الصفحة أو تأثيرها، لأن المجموعات يتم إدراج المنضمين إليها بواسطة منشئيها ثم يختار بعد ذلك الشخص الاستمرار أو مغادرة المجموعة.

كما أن الإعجاب بصفحة لا يتطلب أكثر من ضغطة زر one click وقد تُهمل بعدها ولا تخلق اهتماماً. لذلك.. فالمؤشر على قوة الصفحة وتأثيرها، إذا حيدنا العنصر الرقمي العددي، هو توالي التحديثات والمدة الزمنية بينها، وطبيعتها وقوة موادها المنشورة وعدد المعلقين والمعبرين عن إعجابهم بتلك المواد.

ويمكن القول إن الفيس بوك ميدان جديد لصحفيي الإنترنت. فكثيرًا ما وُصف القائم بالإنترنت بأنه لا يمتهن العمل الحرفي من الصحافة، نظراً لانكفائه على جهاز الكمبيوتر وبعده عن الناس والعمل الميداني، وهذا صحيح إلى حد كبير إذا لم يدرك صحفيو الإنترنت طبيعة الميدان الجديد الذي يمكن أن يتحركوا فيه بجدية ومهارة وسعة قد يحسدهم عليها الصحفي ذو الأساليب التقليدية.

كما يمكن إثارة الموضوعات الجدلية على الفيس بوك وأخذ آراء الناس من خلال تعليقاتهم، وتجميعها في موضوع ونشره، بدلاً من استخدام الوسائل التقليدية من النزول للشارع والاتصال بنفس الأشخاص وتكرارهم في كل التحقيقات، وهذا

الإجراء أكثر جدوى في الموضوعات ذات البعد القطري والعربي والدولي، التي قد يستحيل فيها العمل الميداني بالمعنى الحرفي.

ومما يهم القائم بالاتصال بدرجة كبيرة هو متابعة الأحـداث events التـي يـتم الإعـلان عنها على الفيس بوك، وذلك بشـقيها الميـداني والإلكـتروني، فـبعض الأحـداث قـد تكـون عـلى الإنترنت فقط بتجمع الناس وإبداء تعليقاتهم في موضوعات محددة.

3- يوتيوب youtube.com

يعتلي موقع يوتيوب المركز الثالث في ترتيـب المواقـع عـلى تصـنيف أليكسـا Alexa في نوفمبر 2013، وتعتقد الباحثة أن الموقـع لا يـدرج ضـمن الشـبكات الاجتماعيـة، ولكنـه مـن مواقع مشاركة الملفات والفيديو، وهي الخاصة الأهم فيه، أمـا عـن خاصـية التعليقـات فهـي أصـبحت متاحـة عـلى بقيـة المواقـع ولا يمكـن اعتبارهـا محـدداً لكـون الموقـع يـدرج ضـمن الشبكات الاجتماعية.

وتعتبر إحصاءات معدل التحميل والرفع والمشاهدة على اليوتيوب مبهرة عـلى نحـو مـا نظرًا للخدمة المجانية التي يقدمها الموقع لاستضـافة ومشـاهدة الفيـديو، وهـذه الإحصـاءات تشير لأهمية توظيف القائم بالاتصال على الإنترنت لموقع يوتيـوب في نشر رسـالته الإعلاميـة. من أهم هذه البيانات [118]:

- 24 ساعة فيديو يتم تحمليها عليه كل دقيقة.
- ما يتم تحميله على يوتيوب خلال 60 يوماً يوازي ما أنتجته شـبكات التلفزيـون الأمـريكي خلال 60 سنة.
- الشخص العادي يشاهد عبره في المتوسط 15 دقيقة يوميًّا.
- مستخدمو يوتيوب يعرضون 46 سنة ميلادية من الفيديو كل يوم عبر حساباتهم.

ثم نشر يوتيوب مزيداً من الإحصاءات المحدَّثة حول جمهوره واستخداماته، وهي[119]:

- مليار زائر للموقع شهريًّا.

- أكثر من 6 مليار ساعة من الفيديو يتم مشاهدتها كل شهر بواقع ساعة لكل إنسان على الكرة الأرضية!
- 100 ساعة من الفيديو يتم تحميلها على يوتيوب كل دقيقة.
- 70% من زيارات موقع يوتيوب تأتي من خارج الولايات المتحدة الأمريكية.
- يُستخدَم موقع يويتوب في 56 دولة وفي 61 لغة.
- يشترك الملايين من الزوار يوميًّا في الموقع.

ويتيح اليوتيوب للقائم بالاتصال إمكانات أوسع بكثير من تحميل وتنزيل ومشاهدة مواد الفيديو كأي مستخدم عادي، بل يعطي مؤشرات عديدة من بينها:

1- التعرف إلى حد كبير على طبيعة أشخاص قاموا بنشر مواد فيديو بعينها، من خلال تتبع اسمه على اليوتيوب وتصفح ما سبق ونشره على الإنترنت وهذا أحياناً يعطي دلالات أو محاذير في التعامل مع الفيديو.

2- التعرف إلى تاريخ التحميل /الرفع على الإنترنت يظهر أحياناً صدق أو زيف بعض مواد الفيديو.. فلو تم نشر مادة قبل حدث معين يوحي هذا باختلاق هذا الفيديو، وتاريخ التحميل منذ فترة بعيدة يستبعد صلة بعض مواد الفيديو بأحداث جارية.

3- الاستفادة من إنتاج المواطنين في النشر على المواقع الإلكترونية بشرط الإشارة لموقع اليوتيوب واسم منتج المادة. وهنا على القائم بالاتصال على الإنترنت ألا يستبيح المواد المرئية على اليوتيوب وألا يستنكف من ذكر المصدر والتأكيد على عدم إنتاجه للمادة، فهذا لن يعيبه أمام زوار الموقع أو هيئة التحرير، بل سيؤكد على دقته وأمانته في النقل وذكائه في البحث والاختيار، وسيعطي التقدير الذي يستحقه منتج المادة، ومن الممكن أن يؤدي إلى استقطابه لخدمة الموقع و"توجيه نشاطه".

4- تعطي المواد المرئية أحيانًا تفاصيل تفيد الصحفي الميداني في بلورة الأفكار وجمع المعلومات واستنطاق مصادر الأخبار.

5- متابعة البرامج الإعلامية الهامة التي أثارت ضجة ولم يستطع القائم بالاتصال متابعتها أثناء عمله.

تطور العلاقة بين الصحفيين والتدوين:

هناك عدة أسباب تدفع الباحث في الإعلام الإلكتروني المهني إلى دراسة التدوين ونشأته وتأثيراته. يرجع السبب الأول إلى أن التدوين أحدث نوعاً من الجدل والتطوير في الإعلام بصفة عامة والإلكتروني بصفة خاصة.

أما السبب الثاني، فيرجع إلى أن المدونين والقائمين بالاتصال (صحفيي الإنترنت) في الإعلام الإلكتروني يقومون بالاتصال عبر الوسيلة ذاتها، وأحيانا يستهدفون شرائح متشابهة من الجمهور.

ويرجع السبب الثالث إلى ما راجعته الباحثة من دراسات شتى أدت إلى نتائج متصلة تنبه إلى تهديد التدوين للصحافة التقليدية، وحاجة هذه الصحافة إلى الاستفادة من التدوين واستيعاب أشكال "صحافة المواطن" كافةً، وهو الأمر الذي لا يتجلى بصورة كاملة إلا في الصحافة الإلكترونية التي تتيح الوسائط المتعددة والتفاعل بأشكاله كافةً.

ويرتكز السبب الرابع على طبيعة الدور الذي لعبته المدونات في إعادة النظر في مفهوم "حراسة البوابة" Gatekeeping، وأنها لعبت دورًا مهمًّا -ضمن أدوات صحافة المواطن- في تغيير أدوار القائم بالاتصال وبخاصة عبر وسيلة الإنترنت.

نظرة سريعة على التدوين في مصر:

هناك عدة تواريخ متقاربة في مصر أدت بصورة كبيرة إلى سطوع نجم التدوين وتأثيره في الواقع المصري وبخاصة السياسي:

- عام 2004م: صدور صحيفة المصري اليوم كأول مطبوعة يومية مستقلة، وهي التي قدمت نمطاً جديداً من الأخبار اليومية غير المعتادة في الصحافة القومية والحزبية.

- عام 2005م: إنشاء حركة كفاية السياسية للاحتجاج على الأوضاع السياسية والاقتصادية ومعارضة النظام الحاكم آنذاك وملف التوريث، وفي نفس العام انتشرت المدونات المصرية، وتم إطلاق مدونة "الوعي المصري" (لصاحبها ومحررها: وائل عباس)، وهي أشهر مدونة سياسية في مصر لكشف الفساد وفضائح التعذيب ومعارضة النظام الحاكم.

وتعتقد الباحثة أن هذين التاريخين متصلان اتصالاً كبيراً.. فظهور نمط جديد من الأخبار مع تصاعد الاحتجاج السياسي أدى إلى ظهور فكرة التدوين والاهتمام بها على الجانب السياسي، خاصة وأن غالبية النشطاء المعارضين (ومنهم أعضاء حركة 6 إبريل) من الشباب المستخدمين الإنترنت بكثافة، والمعتمدين عليه بشكل أساسي في تنظيم فعالياتهم، والتواصل مع الناشطين الآخرين، والإعلان عن مواعيد المظاهرات وأماكنها، ونشر الصور وتسجيلات الفيديو المتعلقة بها.

وكما أشار أحد التقارير الصادرة عن مركز المعلومات لدعم اتخاذ القرار.. فإن 16% من سكان مصر يستخدمون الإنترنت، وهناك 160 مدونة مصرية، ومعظم المدونين تتراوح أعمارهم من 20-35 سنة، 20% منهم لهم توجه سياسي، 68% منهم يستخدمون اللغة العربية(120).

وهناك عوامل أخرى أدت إلى انتشار التدوين بمصر، منذ بداياته وحتى اندلاع ثورة 25 يناير 2011م، منها:

1- انخفاض كُلفة الاتصال بالإنترنت من مصر مقارنة بالدول العربية والمتقدمة(121).
2- عدم وجود تشريعات للإنترنت، إذ يعود دستور ما قبل 2011م إلى عام 1971م، أي قبل اختراع الإنترنت(122).
3- سيطرة الخطاب الحكومي، الموالي للنظام – آنذاك – والمؤيد سياساته، على الصحف القومية.
4- زيادة إمكانات التواصل والتفاعل وسهولتهما عبر التدوين.

5- سهولة امتلاك أدوات النشر بما تقدمه المواقع من خدمة إنشاء وتصميم واستضافة المدونات.

وقد خلصت دراسة نجوى عبد السلام[123] للمدونات المصرية إلى أن المدونين يستخدمون أدوات للتعبير عن مصداقية أخبارهم ودقة التفرد بها عبر استخدام الصور، ومقاطع الفيديو، الربط بالمواقع الإخبارية الأخرى التي تدعم أخبارهم.

كما بينت الدراسة ذاتها دور المدونات المصرية في تقليص عدد القضايا الرئيسية التي كانت تهتم بها وسائل الإعلام الرئيسية لصالح دعم القلق العام تجاه القضايا المحلية، كما أنها ساهمت في تأطير الرأي العام، وتسببت في فتح التحقيق القضائي ببعض وقائع الفساد والتعذيب بما قدمته من معلومات وأدلة.

علاقة الإعلام الإلكتروني بالتدوين:

تنال المدونات اهتمامًا من الصحفيين في الصحف المطبوعة. على سبيل المثال، حظيت المدونات في مصر بعدة إشارات من الكاتب الصحفي الكبير محمد حسنين هيكل، عندما أعلن في تصريحاتٍ له قبل سنوات، عن أن اهتمامه بمتابعة مدونة "بهية" يفوق بكثيرٍ اهتمامه بالكثير من الأعمال الصحفية الاحترافية.

ونال بعض المدونين شهرة واسعة على المستوى المحلي والعربي والدولي، بما لم ينله العديد من الصحفيين العاملين لسنوات بالمؤسسات الصحفية المصرية، وحصلت بعض المدونات على الجوائز العالمية في الصحافة، على سبيل المثال حصلت مدونة "علاء ومنال" على جائزة أفضل مدونة من منظمة "مراسلون بلا حدود"، وقامت بعض الصحف الورقية الكبيرة باستكتاب بعض المدونين في أعمدة دورية ثابتة، مثل قيام صحيفة الشروق باستكتاب المدونة غادة عبد العال صاحبة مدونة "عايزة أتجوز".

وفي الوقت نفسه، تقلص اهتمام الصحافة الورقية في مصر بالتدوين، وكانت هناك محاولة من صحيفة "الدستور" المصرية بالاقتراب من ظاهرة التدوين، واجتذاب قرائها من خلال صفحة المدونات التي تنشر مقتطفات من المدونات المصرية، لكنها تجربة لم

تستمر طويلاً، تلتها مرحلة سبقت فيها المدوناتُ الصحافةَ المصرية في الانفراد ببعض الأخبار والتغطيات، وأبرزت دور المدونين كمراسلين من مواقع أحداث قَصَّرت الصحافة المطبوعة في متابعتها[124].

وقد أنشأ المدونون نوعاً من الإعلام البديل وساهموا بشكل كبير في "قيادة الرأي" وهو المفهوم الذي لم يتوقع Lazarsfeld[125] أن ينطبق على نشطاء من الجمهور العام يمتلكون وسائل للنشر جماهيريًّا[126].

ويرى الباحثون أن الصحافة دخلت منذ سنوات وقت الأزمات، وهو ما ترصده الإحصائيات في تقلص عدد القراء ومعدلات التوزيع. وأظهرت صحافة المواطن والمدونات أوجه قصور الصحافة المحترفة في الكشف عن الفضائح السياسية[127] والإعلامية أيضاً، وهو ما ظهر مثلاً في رد الفعل العنيف والمستهزئ بالإعلام الحكومي في عهد مبارك، عقب نشر صحيفة الأهرام صورة مفبركة للرئيس الأسبق محمد حسني مبارك متقدمًا على رؤساء مشاركين في إحدى جولات مفاوضات السلام المنعقدة في واشنطن.

ويصف Axel Bruns هذا التهديد للصحافة التقليدية بالتراجع التدريجي لـ"الصحافة الصناعية" Industrial Journalism، خاصة مع استطاعة الناس (الجمهور سابقا) إنتاج أعمال عشوائية من الصحافة[128].

وعلى مستوى الكتابة، اجتذبت المدونات شرائح عديدة من الناس نظراً لممارستها أنماطاً من التجريب في الكتابة بعيداً عن الكلاسيكيات الصحفية التي ربما ملَّها الجمهور، الذي يعتقد أنه يستحق بين الحين والآخر تجريب أنماط جديدة تجدد في الشكل والوسيلة فيما "يستهلكه" من إعلام.

بينما نظر باحثون آخرون إلى المدونات على أنها "سوق سوداء للصحافة التقليدية" لأنها تتحدى تقبل الممارسات التي حددتها المؤسسات المهنية عبر التراكم التاريخي. كما يرى أحد الباحثين أن بعض الصحفيين يقومون بالتدوين، لاستعادة سلطة الصحافة

على الإنترنت، وتجريب أشكال جديدة من الكتابة[129].

وفي دراسة أجريت عام 2004[130] على الصحفيين الأمريكيين؛ قدم هؤلاء عدة تعريفات عن المدونات تدور معظمها حول أنها عبارة عن كلمات شخصية تعبيرية لآراء أناس عاديين في الحياة العامة وسرد للحياة الشخصية بشكل عشوائي. وأشارت الدراسة ذاتها إلى اهتمام العاملين في وسائل الإعلام الإخبارية التقليدية أيضًا بمتابعة المدونات.

وعندما سُئل هؤلاء الصحفيون عن آرائهم الإيجابية في التدوين، كانت تعليقاتهم كالتالي: "كتابة أقل برودة، وأكثر جاذبية للقراء"، "بعض المدونات يمكن أن توفر الاختيار والتوازن في عملية الإخبار"، "يستفيد بعض الصحفيين من مصادر وأفكار تعرضها المدونات".

وقام كلٌّ من Deborah Chung وSeungahn Nah [131] بحصر آراء محرري الأخبار ورؤساء الأقسام والتحرير في جريدة المجتمع الأمريكية، والتي تشير إلى أن محرري الأخبار ينظرون إلى أدوار صحافة المواطن على أنها مهمة.

كما أظهرت الدراسة أن الصحفيين الأقل خبرة هم الأكثر ترحيبًا بأن يشارك المواطنون الناشطون إلكترونيًّا الصحافيين المتهنين في المجال الإعلامي، وهم أيضاً الأكثر قبولاً فكرة تقاسم وظيفة "حراسة البوابة" معهم، من الصحافيين المخضرمين.

أما الصحفيون الأكثر خبرة؛ فإنهم ينظرون إلى صحافة المواطن على أنها "مقلقة"، لأن معظم خبرتهم متعلقة بالعمل في وسائل الإعلام التقليدية.

وجد مسح آخر أُجري عام 2004 على مجموعة من الصحفيين أن 84% منهم تابعوا المدونات خلال العام السابق للدراسة، 30% منهم على الأقل يزورون المدونات السياسية مرة يوميًّا كعادة منتظمة، كما وجدت الدراسة أن 20-30% من المعلومات التي يتصفحها الصحفيون في المدونات يمكن أن تكون مؤثرة في أدائهم المهني[132].

وتساءلت إحدى الدراسات[133] عن كيفية تفاوض الصحف المحلية مع صحافة

المواطن في إطار دورها كحارس لبوابـة المجتمـع، وتضـمنت مقـابلات مـع الصـحفيين لمعرفـة آرائهم في صحافة المواطن، وتوصلت إلى تقسيم رؤيـة الصـحفيين لصـحافة المـواطن إلى أربـع فئات:

1- محررون غير موافقين على أساس نظري:

يرفض هؤلاء صحافة المواطن من حيث المبدأ، باعتبار مشاركتهم تتعارض أساساً وعملية إنتاج الأخبار. لكنهم لا يرفضون السماح للمواطنين بتسجيل ردودهم وتعليقـاتهم في النسـخة الإلكترونية ورسائل المحرر، وإنما يرفضون السماح لهم بكتابة المقالات.

2- محررون غير موافقين على أساس عملي:

لا يرفض هؤلاء فلسفة مشاركة المواطن، ولكـن يشـعرون أن أي مـادة ينتجهـا المـواطن بحاجة إلى تمحيص وتدقيق على أساس مهني. وهـم فئـة مـن المحـررين جربـوا التعـاون مـع أشكال من صحافة المواطن، ولكن وجدوا أنها غير عملية لمجموعة من الأسـباب، منهـا القلـق إزاء المساءلة القانونية، كالقذف على سبيل المثال.

3- محررون موافقون على أساس نظري:

ويعتبر هؤلاء أن صحافة المواطن وسيلة جيدة لتواصل الناس العاديين الذين لا منبر لهم مع مجتمعاتهم، ويرحب هؤلاء بتعليقات القراء، ويشجعونهم على إنتـاج قصصـهم الخبريـة، بل ويحثون المتخصصين منهم في مجالات معينة على كتابة أعمدة ثابتـة. كـما يحـرص هـؤلاء على عمل استطلاعات رأي دورية للقراء في قضايا معينة.

4- محررون موافقون على أساس عملي:

ليس لدى هؤلاء المحررين تصـورات نظريـة عـن أهميـة الاسـتفادة بصـحافة المـواطن، ولكنهم يفعلون ذلك من منطق محدودية الميزانية المالية، وما ترتب عليه من قلـة المحـررين والمراسلين. لذلك استعانوا بصـحافة المـواطن كحيلـة عمليـة غـير مكلفـة اقتصـاديًّا للاسـتمرار والمنافسة.

أوضـح Marci McCoy Roth[134] أن هنـاك عـددًا مـن الاختلافـات بـين الصـحفيين

والمدونين، قام برصدها من خلال مقابلات واستقصاء لبعض الصحفيين، يتمثل بعضها في:

- يتميز المدونون في كثير من الأحيان عن الصحفيين في شيء رئيسي، هو أنهم يبدون آراءهـم بانطلاق وحرية، في حين يتم تثبيط الصحفيين عن فعل ذلك. كـما يقـوم المـدونون بتفقـد المقالات والتحليلات حول قضية معينة، ويبلورون وجهة نظر خاصة فيها.
- تزدهر المدونات في بث الأخبار العاجلة.أما الصحفي؛ فله دور كبـير في القصـص الإخباريـة ويوفر معلومات وخلفيات حول القصة الخبرية، لكن عليه أن ينفذ كل هـذا مـع الحفـاظ على مستوى عالٍ من الموضوعية.
- من حيث المصادر: يميل المدونون إلى التصـوير بالفيـديو والصـور. بيـنما الصـحفيون أكـثر عرضة لمقابلة الناس مباشرة شخصيًّا أو عبر الهاتف.
- بعض المدونين يميلون أكثر إلى المتابعة النقدية لوسائل الإعلام "الرئيسـية" أكـثر مـن إنتـاج الأخبار الخاصة بهم.
- يشير الصحفيون لمزيـة للمـدونين، تتمثـل في حصـولهم عـلى ردود فعـل مبـاشرة عـلى مـا يكتبون.
- كما يتميز المـدونون بسرعـة الـنشر دون اضـطرارهم لتمريـر كتابـاتهم عـلى سلسـلة مـن المراجعات التحريرية واللغوية، ولا تخضع كتاباتهم لأي نوع من المساءلة.
- تتميز المدونات بعدم إجبارها القراء عـلى اتخـاذ قـرارات إعلانيـة أثنـاء متابعـة التغطيـة الصحفية.
- تخصُّص بعض المدونات يضفي على تغطيتها المزيد من العمق.
- تعكس المدونات أصوات المهمشين أحيانًا، كالفقراء والراديكاليين.

ويوضح جدول (1) معتقدات الصحفيين (ممن أجري المسح علـيهم عـام 2004) حـول وظائف الديمقراطية في وسائل الإعلام الرئيسية والمدونات[135].

جدول (1) يوضح آراء الصحفيين في دور وسائل الإعلام والمدونات

في دعم وظائف الديمقراطية بالمجتمع

الأفكار	الاتجاه	درجة الاعتقاد					
		أوافق جداً	أوافق	محايد	أختلف	أختلف بقوة	المجموع
إبلاغ المواطنين بقوة	وسائل الإعلام المختلفة	34	56	8	2	--	100 %
	المدونات	--	--	50	40	10	
الزج بالحكومة للمساءلة	وسائل الإعلام المختلفة	34	56	--	10	--	100 %
	المدونات	--	38	36	24	2	
جعل السياسيين أكثر عرضة للمساءلة	وسائل الإعلام المختلفة	36	50	6	8	--	100 %
	المدونات	4	36	36	22	2	
توفير منتدى للمواطنين بعضهم مع بعض لمناقشة القضايا الهامة الآنية أولاً فأولاً	وسائل الإعلام المختلفة	16	32	18	28	6	100 %
	المدونات	42	44	8	6	--	
تقديم تحليلات عادلة وغير منحازة للأخبار الآنية	وسائل الإعلام المختلفة	24	48	16	6	6	100 %
	المدونات	--	--	20	42	38	

موقف القائم بالاتصال في الإعلام الإلكتروني من التدوين:

يدخل القائم بالاتصال في الإعلام الإلكتروني في منافسة مباشرة مع المدونات، لأنها تصـدر عبر الوسيلة ذاتها، كما يلعب الإعلام الإلكتروني على استغلال أدوات الإنترنت في تزويد المتلقي بقيمة مضافة عن وسائل الإعلام التقليدية.

ويذكر المهدي الجندوبي[136] أربعة ضغوط خلقها التطور في الإعلام والتقنيـات الحديثـة، وهي:

1- التعامل الجديد مع الآنية والانتقال مـن الـوتيرة الدوريـة لتغطيـة الأخبـار إلى الجريـدة المسترسلة.

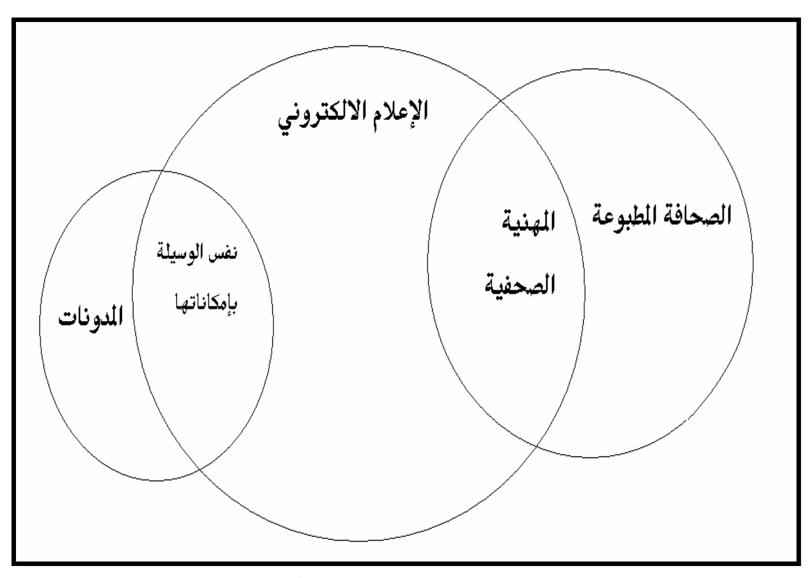
2- الانتقال من الرسالة الإعلاميـة المشـكلة مـن رمـز أو رمـزين فقـط إلى الرسـالة متعـددة الرموز.

3- الانتقال من النص المطبوع ذي المساحة الثابتة إلى النص الفائق الموصول بنصوص أخرى.

4- التحول الجذري في نوعية العلاقة مع الجمهور من كونه متلقيًّا سـلبيًّا، تُفـتح لـه صـفحة القراء في أفضل الحالات، إلى أن صار شريكـاً متفـاعلاً ذا دور حقيقـي في صياغة الرسـالة الإعلامية.

وتتشابه هذه المحددات إلى حد كبير في كل مـن المواقـع الإلكترونيـة والمـدونات، نظـرًا لتشابه إمكانات الإعلام الإلكتروني مع المدونات من جهة، وتداخله مع طبيعة العمل الصحفي من جهة أخرى، ولكنها تمثل ضغوطًا يومية على العمل الإعلامي المحترف على الإنترنت، بيـنما تعد مجرد إمكانات غير ملزمة للمواطنين الصحفيين والمدونين، كما يتضح من شكل (5).

وهو ما يؤكد ضرورة إثراء مهارات القـائم بالاتصـال في الإعـلام الإلكـتروني وجمعهـا بـين مهارات كلٍّ من المدون والصحفي التقليـدي، وتعكـس المقارنـة التاليـة طبيعـة تـداخل عمـل القائم بالاتصال في الإعلام الإلكتروني مع كلٍّ من المدون والصحفي التقليدي (جدول 2).



شكل (5) يوضح أوجه التقارب بين الإعلام الإلكتروني وكلٍّ من الصحافة المطبوعة والمدونات

وجه المقـــارنة	القائم بالاتصال في الصحف المطبوعة	القائم بالاتصال بالإعلام الإلكتروني	المدونون
امتلاك أدوات الصحافة المهنية	دائمًا	غالبًا	نادرًا
توظيف التكنولوجيا	نادرًا	دائمًا	دائمًا
التفاعل مع الجمهور	نادرًا	غالبًا	دائمًا
الوسيلة	المطبوعات الصحفية	مواقع الإنترنت	مواقع الاستضافة على الإنترنت

جدول (2) يوضح أوجه المقارنة بين

القائمين بالاتصال في الصحف المطبوعة والإنترنت

وبينما تكافح الصحف المطبوعة المصرية من أجل البقاء، وتحاول أن تستفيد من شـهرة المدونات ورواجها، وتستكتب أبرز المدونين وأكثرهم شـهرة؛ لم يبتعـد الإعـلام الإلكـتروني عـن هـذا المشـهد، وإنمـا يحـاول بشـكل أكـبر اسـتقطاب المـدونين "والتطبيـع" معهـم واجتـذاب جمهورهم، لمغازلة اهتمام شريحة القراء التي يستهويها قراءة المدونات والكتابات الذاتية.

فقد حثت الكثير من المواقع الإعلامية زوارها عـلى التـدوين عـلى صـفحاتها، وطـالبتهم أيضًا بمراسلتها بمنتجاتهم من صحافة المواطن، كما استكتبت بعـض المـدونين الشـباب ونشرت كتاباتهم بالموازاة مع النشر على مدوناتهم.

وقـام Alfred Hermida[137] بـالاقتراب مـن تجربـة مؤسسـة البـي بي سي في إدراج المدونات ضمن صحافتها على الإنترنت، باختبار السـياقات المؤسسـية التـي اعتـبرت التـدوين نوعًا من الصحافة، وكيف صار التدوين -الذي كان مهمشًا مـن الصـحفيين- جـزءاً مـن أخبـار الشركة، كما اهتم في ورقته بدراسة التأثير الذي شكله الإعلام الجديد على صحافة البي بي سي، آخذًا في الاعتبار التوتر بين الرقابتين - التحريرية والذاتية - في التدوين.

كما حاولت الورقة عرض وجهات نظر المؤسسـة التـي أعـادت توجيـه خـدمات الإذاعـة العامة في مؤسسة البي بي سي من أجل البقاء واستيعاب التغيـيرات التكنولوجيـة والمجتمعيـة ومتغيرات السوق.

وخرجت الدراسة بملامح عامة لتجربة المؤسسة، يمكن رصدها في النقاط التالية:

- اعترفت هيئة الإذاعة البريطانية[138] أنها لا تستطيع تجاهل المدونات، وأنها أنشأت صفحة المدونات إلى جانب منافذ أخرى لكي تستفيد من المساحة التـي اسـتولى عليهـا المـدونون، وهذا ما اعتبره مدير الأخبار العالمية ريتشارد سامبروك "إعـادة اخـتراع صـناعة الصـحافة" رغم عدم قناعة بعض العاملين في المؤسسة بهذا الأمر واعتقادهم أنه "هراء".

- كانت المدونات فرصة لإعادة تقويم علاقة المؤسسة بالجمهور، وهدفها هو التحادث مع الجمهور، زيادة الثقة والشفافية، الاستجابة لمتطلباته.
- كانت أول تدوينة من مؤسسة البي بي سي من قِبَل الصحفي نيك روبنسون، وكانت بعنوان "News Log"، في ديسمبر 2005، مع عبارة: "لم أكن أعتقد أنني سأجد نفسي أكتب هذا، ولكن.. اسمي نيك وأنا مدون.
- خلال عام واحد، أطلقت هيئة الإذاعة البريطانية 43 مدونة من إنتاجها، وكان الهدف واضحًا منذ البداية، وهو مواجهة التحدي الذي خلقه التدوين لمهنة الصحافة.
- اعتمدت المدونات على التفسيرية والذاتية ونقد مركزية "حراس البوابة" المهيمنين على الأخبار والمعلومات.
- في البداية، كانت المخاوف الأساسية من الذاتية والتفسيرية، كما هو ملاحظ من تعليقات كبار المحررين العاملين في الإخبارية على الإنترنت بهيئة الإذاعة البريطانية.. حيث رفض أحد المحررين المدونات، وقال: يمكنها نشر معلومات كثيرة، لكن كم منها جدير بالثقة؟، وأعلن أحد الكتاب الصحفيين رأيه القاطع: "المدونات ليست صحافة". ولكن مع الوقت استطاعت هيئة الإذاعة البريطانية إثبات أنه يمكن "ترويض" السوق السوداء للصحافة، وعمل شراكة للتغلب على عيوب التدوين، والتطبيع مع الإعلام الجديد بما يتوافق والقيم المهنية والنزاهة.
- بعد التجربة، وجد المحررون أن التدوين ليس كله خروجًا كبيرًا على الصحافة، بل يمكن أن تكون المدونات منصة لتقديم محتوى يُكمل بث هيئة الإذاعة البريطانية ولكن بشكل شخصي وغير رسمي.

وفي مصر، أقدمت بعض الصحف المصرية على تجارب مماثلة في مواقعها الإلكترونية، مثل الشروق والمصري اليوم واليوم السابع، حيث قامت هذه الصحف الثلاثة بالشراكة مع بعض منتجي "صحافة المواطن" في تغطية الانتخابات البرلمانية بنوفمبر 2010[(139)].

وهي التجربة التي وصفها فتحي أبو حطب مدير تحريـر البوابـة الإلكترونيـة للـمصري اليوم بأنها "كانت رحلة البحث عن محتوى محلي"، مشيرًا إلى أن بريـق التـدوين قـل في عـام 2010، وتنامت صحافة المواطن أكثر في الشبكات الاجتماعيـة عـبر التـدوين متنـاهي الصـغير Micro Blogging، لأن المدونات لا تتيح نفس إمكانات الشبكات الاجتماعية على التواصل.

وأكد عدد من المحررين الممثلين جرائدَهم (في ندوة مكرسة لمناقشة هذا الموضـوع) أن صحفهم تعقد دورات تدريبية للمواطنين لتزويدهم بالخبرة المهنية وتطوير مهاراتهم[140].

مستقبل صحافة الإنترنت:

إذا نظرنا إلى الصحافة التقليدية؛ فإننا سـنجد أن الواقـع الإلكـتروني قـد بَعُـد كثـيراً عـن المفهوم التقليـدي للصـحفي والصـحيفة، إلى درجـة ذهبـت بـالبعض إلى التشـاؤم مـن هـذه الوسيلة، واعتبارها سبباً في "موت الصحفي"، انطلاقًا من مقولة "موت الكاتب" التي كـان قـد أطلقهـا منظـر البنيويـة الفـرنسي رولان بـارث عـام 1968م. إذ يسـحبون هـذه المقولـة عـلى الصحافة الإلكترونية، لتراجع سـلطة الصـحفي عـلى كتابتـه وفـق منطـق الـنص المتشـعب أو الفائق الذي يفترض تعددية الكُتاب أو الصحفيين، فالصحفي لم يعد مسيطراً عـلى معـمار مـا يكتب، كما أنه لا يتحكم في المتن الكلي[141].

ولحقتْ بالمتن الصحفي المكتوب، وفقاً لهذا التصور، تدخلات كبيرة أهمها عـلى الإطـلاق مشاركة القراء/المستخدمين/المـواطنين في صـناعة المـادة الصـحفية، والتـدخل فيهـا بالتعـديل والإضافة والإنتاج، إلى حد الوصول إلى ما سُمي بـ"الصحافة متعددة المصدر".

وإذا عدنا إلى بناء المادة الصحفية، فإن المادة الصحفية الإلكترونية تملـك قيمـة تختلـف كلية عن الصحافة الورقية. ففي هذه الأخيرة، يتكفل أحد الصحفيين بصـياغة مادتـه ويحيلهـا إلى مسئوله المباشر لقراءتها، وتُرسل إلى المدقق اللغوي ليصححها، ثم تطبع بتوقيع صاحبها.

وبهذه الطريقة تصبح هذه المادة - في نظر الباحث برينو باتنو Bruno Patino - لبنةً أساسية في معمار الصحيفة. وهذا خلافاً للمادة في الصحيفة الإلكترونية، التي يتدخل عدة أشخاص لتعديلها وتشكيلها بعد الموافقة على نشرها، وبهذا تتحول – في وجهة نظر الباحث ذاته- إلى عجينة لينة تعاد تشكيلها في كل مرة. ففي الصحافة الأمريكية الإلكترونية يتدخل هذا التشكيل بحيث لا تعرف أين هو الأصل؟ وأين هي الإضافة والتعديل؟ لأن الموقع لا يستخدم الإمكانات التيبوغرافية المتاحة لتوضيح التعديلات والإضافات. هكذا تُمحى شخصية الصحفي/كاتب المادة الصحفية وراء العمل الجماعي ذي الهوية الغائبة[142].

ولكن هذه النظرة لا تُلم بهذا التطور الكبير الذي لحق بمهنة الصحافة مع ظهور الإنترنت، سواء أثر الإنترنت في تطوير الصحافة المطبوعة، أو التطور التكنولوجي الذي أدى إلى تطور الصحافة وظهور الصحافة الإلكترونية Online Journalism.

فمن المعروف أن الصحافة كمهنة، قد تأثرت منذ ظهورها بالتطور التكنولوجي، وتطور وسائل الاتصال والمواصلات، والتليغراف، والتليفون، من أبرز الوسائل التي أفادت الصحافة، ووسعت من مجالات تطبيق المهنة.

ومع ظهور التليفزيون، ظهرت الصحافة التليفزيونية التي استفادت من الوسيلة المرئية لصناعة الجانب الآخر من الصحافة (الجانب المرئي) الذي لم تكن الصحافة الورقية لتقدمه أبداً على الورق، ونالت الصحافة التليفزيونية اهتماماً كبيراً مع زيادة الإقبال على مشاهدة التليفزيون، فضلاً عن جاذبية الصحافة التلفزيونية، وتميزها، وآنيتها، وواقعيتها، واحتفائها بالصورة في "عصر الصورة".

وكما تؤكد الدراسات السابقة والأدبيات العلمية.. جاء الإنترنت في واقع صحفي يشتكي من: قلة القراء، تراجع الممارسة الصحفية، تراجع أخلاقيات المهنة، تراجع التوزيع، عزلة القراء عن الصحفيين.

ترصد إحدى الدراسات[143] في السويد والمملكة المتحدة عدة ضغوط تمارسها الإنترنت على مهنة الصحافة؛ ألا وهي:

1- زوال احتكار المعرفة تقريباً، وأصبح المواطنون لديهم أدوات النشر على الشبكة حتى إن الأحزاب السياسية في السويد والمملكة المتحدة تبذل الكثير من الجهد لبناء العلاقات مع المدونين لإيجاد طريق جديدة للوصول إلى كل جمهور وسائل الإعلام، وبدأت تتلاشى السيطرة على تصور الصحفي بوصفه ممثلاً للجمهور.

2- إعادة تقسيم العمل والإنتاج داخل وسائل الإعلام: إذ أصبح أقل وضوحاً بكثير. فالصحفيون باتوا يؤدون أكثر وأكثر في مختلف المهام: عمليات الإنتاج والسيطرة على الإنتاج الفني، تآكلت الحدود بين غرف الأخبار، وأجزاء أخرى من شركات وسائط الإعلام.

وقد أجرى مركز بيو للأبحاث Pew Research Centre استطلاعًا أظهر أن معظم الصحفيين العاملين في مجال الإخبارية على الإنترنت يعتقدون أن للإنترنت تأثيراً سلبيًّا على القيم الصحفية الأساسية، بما في ذلك تخفيف القيود والمعايير (45% من العينة شعروا بهذا) وزيادة التركيز على السرعة (25% من العينة)، إضافة مؤسسات من خارج مؤسسات وسائل الإعلام التقليدية (31%) في حين لم يكن هناك شك في أن بيئة الإنترنت تختلف فيها تماماً طرق إدارة وصياغة الصحافة[144].

وأحدثت صحافة الإنترنت ثلاث تغييرات في عملية الاتصال[145]:

- الأول: أصبحت السلطة في يد المستخدم، مما أتاح للقارئ الطعن في الدور التقليدي للنشر وحارس البوابة للأخبار والمعلومات. ويمكن للمستخدم الاعتماد على حارس البوابة لتحديد وتصفية الأخبار بالطريقة التقليدية، أو يمكن للمستخدم الانتقال إلى الوثائق الأساسية للقصة.
- الثاني: تفتح صحافة الإنترنت سبلاً جديدة لرواية القصص من خلال توظيف

الخصائص التقنية لهذه الوسيلة الجديدة، حيث يمكن للصحفيين على الإنترنت أن يقدموا مجموعة متنوعة من وسائل الإعلام: النص والصوت والفيديو والصور، عكس وسائل الإعلام الأخرى؛ فضلاً عن إمكانيات البحث التي توفر وسيلة الوصول إلى المعلومات، وهو ما تنفرد به - حتى الآن - الإنترنت عن بقية وسائل الإعلام الأخرى.

- الثالث: تقدم صحافة الإنترنت وسيلة غير تقليدية لتوفير الأخبار والمعلومات، كما قال Aj-Leibling ذات مرة: "تنتمي حرية الصحافة إلى أولئك الذين يمتلكون إحدى الوسائل". ويمكن الإنترنت الجميع – ممن لديهم أجهزة كمبيوتر- أن يكون لدى كل منهم مطبعته الخاصة.

كما فرضت عملية التقارب بين وسائل بين وسائل الإعلام التي اتسمت بها الوسائط المتعددة تحدياً لمؤسسات الأخبار، وتهديداً لثقافة الأخبار التي تفضل الفردية، النظم الخبيرة، و"مجموعة التفكير" على العمل الجماعي وتبادل المعارف. وتتحدى تكنولوجيا الإعلام أهم أعمدة الصحافة، وهو الصحفي المهني الذي يُحدد للجمهور ما يَرى ويَسمع عن العالم(146).

وهناك عديد من الانتقادات المهنية الصحافة؛ منها كتاب الصحفي نيك ديفنز "الأخبار السطحية للأرض" Flat Earth News الصادر في عام 2008م، حيث ينتقد ثقافة الأخبار الإدارية المسيطرة على غرف الأخبار، والصحفيين الذين يجلسون خلف مكاتبهم ويقومون بإعادة تدوير الأخبار بدلاً من ثقافة الصحافة الاستقصائية(147).

ويعتبر الباحث مارك ديوز أن علاقة الصحفي على الإنترنت بالأخبار هي أشبه بالعلاقة الاستهلاكية فيما يسمى بـ "تعدد المهارات" حيث يتقن الصحفي/ المحرر تقنيات القص وتنسيقات الوسائط؛ فضلاً عن إمكانيات التكامل الرقمي، تقنيات الشبكات، وهو ما يقترن بإعادة التفكير في "مُنتِج الأخبار"(148).

ويرى ريتش غوردن أن هناك العديد من الظواهر التي ترصدها استطلاعات

الرأي العام، والتي تـدل عـلى تـدهور الصـحافة؛ ومنهـا: انخفـاض التقـدير العـام للصـحفيين، انخفاض توزيع الصحف، زيادة مشاهدة أخبار التليفزيون؛ فضلاً عن الفضـائح التـي لطخـت أهم العلامات التجارية في مجال الصحافة، ومراقبة الإعلانات الأخـيرة عـن تسريـح العـمال أو شراء أسهم الشركات في غرف الأخبار في بلدته.. وكلها أمور تفضي إلى دق ناقوس الخطر حـول تراجع دور الصحافة بين الجمهور[149].

ولكنه بدا متفائلاً بأنه ستحدث انتعاشة للصحافة بفضل الإنترنت، لأن التكنولوجيا دائماً لها فضل على الصحافة، فالتقدم في تكنولوجيا الطباعة أدى إلى زخـم في إنتـاج عشرات الآلاف من الطبعات، وإدرار الدخل من الصحافة، والحاجة إلى المزيد من المراسلين والمحررين.

ويشير غوردن إلى أن الإنترنت يمكن أن تقدم على الأقل ثـلاث قـدرات تسـاعد في جعـل الصحافة الإلكترونية قوة مؤثرة؛ وهي:

1- انفتاح الإنترنت وقدرته على الوصول للجمهور.

2- خصائص الإنترنت "الفيروسية" بتوظيف تكنولوجيا الهايبرتكست.

3- برامج RSS[150] التي تساهم في وصول الموضوعات ذات الصلة التي يحتاجها المستخدم [151].

ويؤيد توم فيليبس الاتجاه القائل بأن قوة الصحافة الرقمية تكمن في القدرة عـلى دمـج وسائل الإعلام المختلفة، حيث يمكن أن تتابع أخبار العالم على الإنترنت مع مـزيج مـن الصـور والصوت والفيديو، وهذه وظيفة فريدة يمكـن أن تجعـل الصـحافة الرقميـة تأخـذ كثـيراً مـن وقت قراءة الصحف ووقت مشاهدة التليفزيون.

والأهم من ذلك هو أن الشبكة العالمية يمكن أن تصل إلى المستخدمين في مكان العمـل، فضلاً عن الأماكن التي يتوافر بها عدد قليل من الصحف والتليفزيون؛ فقد استطاعت وسـائل الإعلام أن تصل إلى أماكن العمل بطريقة لم تستطع أن تفعلها من قبل"[152].

ويتمثل التغيير الجذري في الصحافة الإلكترونية في أن الجماهير قد أصبحت جزءاً من عملية إنتاج الصحافة، ووسعت التكنولوجيا من حقل الصحافة ومن مهام الصحفي، وأصبحت الثقافة المهنية داخل الصحافة أكثر تنوعاً وانفتاحاً وديناميكية؛ فصار الصحفي يكشف بدوره عن هويته "عامل في مجال الإعلام الإلكتروني" على أساس المرونة وتعدد المهارات[153].

ويرى الباحث مارك دويز Mark Deuze أنه يجب إعادة النظر في طبيعة الصحافة ووضع حدود للمهنة، ويؤكد أن الصحافة ليست تغييراً في الفراغ، وأن المجتمع والديمقراطية يتطلبان عدة أنواع من الصحافة[154].

وتعنى الصحافة الإلكترونية بتغذية المحتوى بكل ما توفره الإنترنت من خدمات، ويصف البعض صحافة الويب بأنها "صحافة الحديث" conversation journalism، ويرى تشارلي بيكيت في كتابه "إنقاذ الصحافة ينقذ العالم" أن الصحافة الإلكترونية يجب أن تأخذ أفضل ما في الصحافة المدنية civic journalism وحركات الصحافة العامة public journalism movements، وتتزامن مع إمكانيات الشبكة[155].

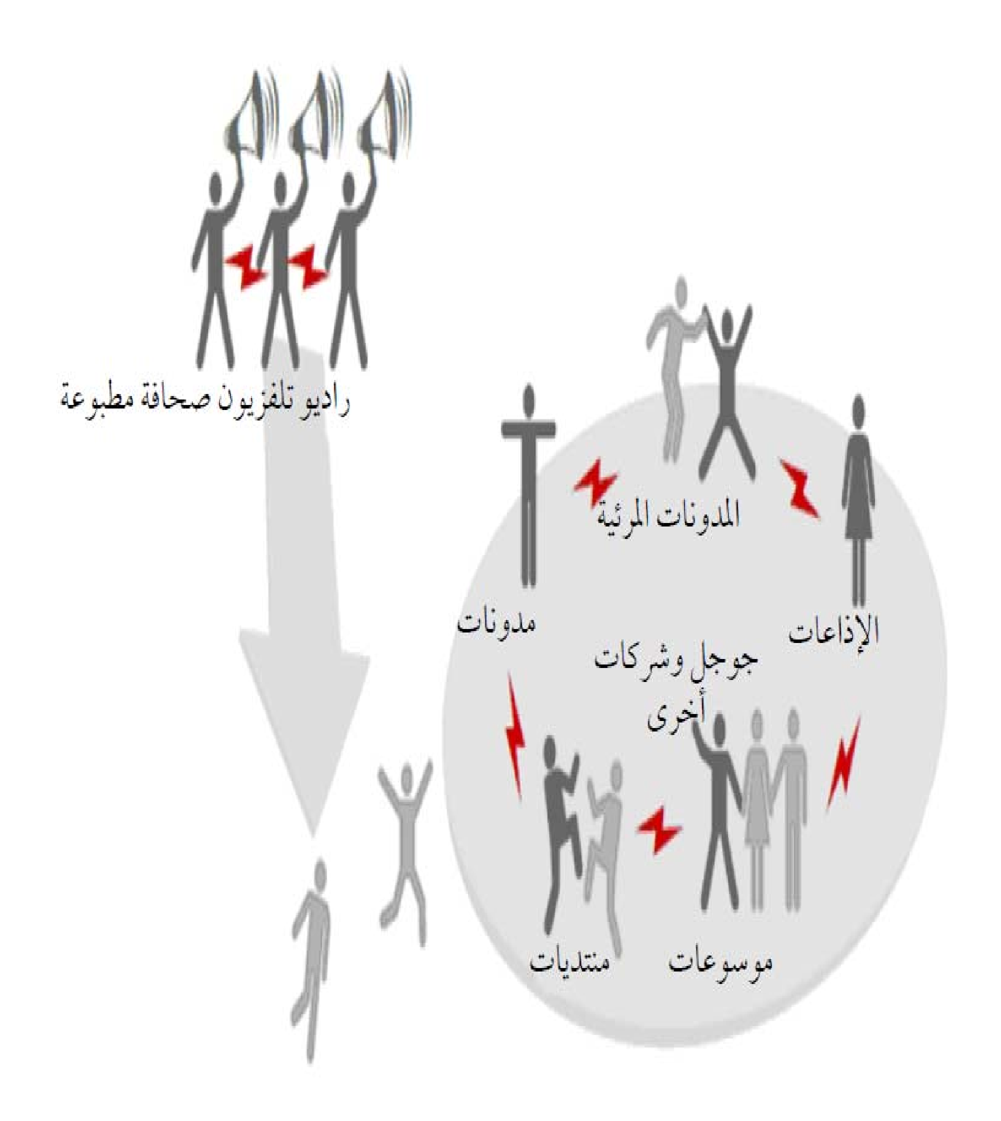
لذا، تطالب إحدى الدراسات صحفيي الإنترنت بأن يولوا اهتمامًا أكبر بكلٍّ من صحافة المواطن وصحافة المالتيميديا؛ لأنهما ستجتذبان الجمهور بشكل أكبر في ظل زيادة الإقبال على الإعلام الاجتماعي [انظر الشكلين 6 و 7][156].

ويقدم الباحث الياباني Shin Mizukoshi تصوراً توافقيًّا لما يعتقد أن الصحافة ستكون عليه في المستقبل على الإنترنت؛ كما في شكل (8)[157]: حيث ستكون كالدائرة التي تضم ثلاثة أجزاء من الفضاء التخيلي:

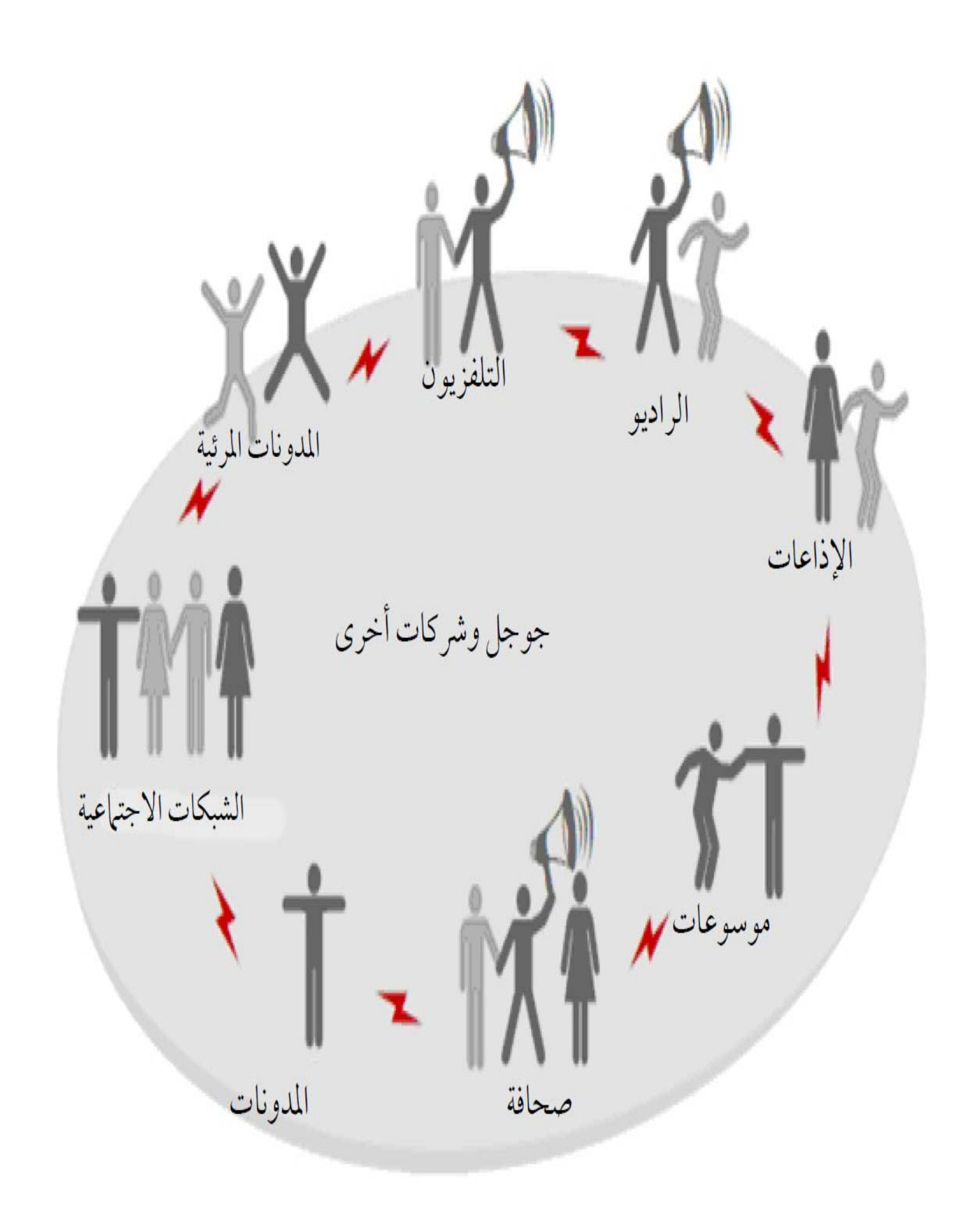
1- التقارير الاستقصائية التي تنتجها المؤسسات الإعلامية الجماهيرية.

2- التقارير الاستقصائية التي تنتجها الصحافة الجديدة.

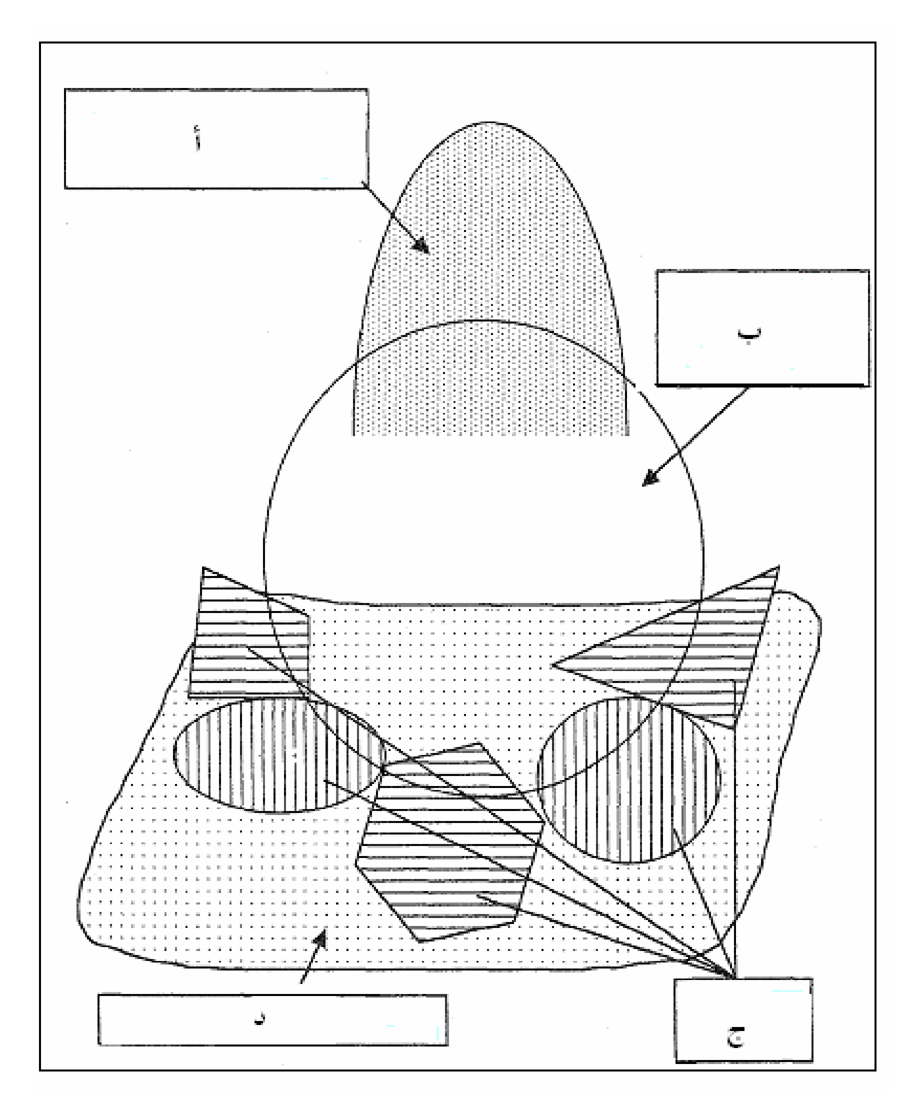
3- أنشطة المحررين في الفضاء العام (الصحافة البديلة/ صحافة المواطن).



شكل (6) يوضح واقع الإعلام التقليدي الذي يفقد من جمهوره لصالح الإعلام الاجتماعي



شكل (7) يتوقع أن يكون الإعلام التقليدي جزءً من الإعلام الاجتماعي في المستقبل



(أ) التقارير الاستقصائية التي تنتجها الصحافة الجديدة

(ب) التقارير الاستقصائية التي تنتجها المؤسسات الإعلامية الجماهيرية البديلة.

(ج) الصحافة البديلة (د) الأنشطة التحريرية في المجال العام

شكل (8) يتوقع مستقبل الصحافة في الفضاء التخيلي

كما يتنبأ الباحث ريتش غوردن أن الصحفيين الذين يعملون اليوم في الإعلام الإلكتروني، سوف يُعترف بهم كرواد في هذا المجال مستقبلاً؛ لأن الإنترنت لا يزال في مهده. ويضيف: "بعض هؤلاء يعملون في غرف الأخبار التقليدية أيضاً، تماما كالعديد من الصحفيين الذين اخترعوا نشرات الأخبار في التليفزيون؛ حيث كانوا في وقت مبكر من ظهور التليفزيون يجلسون وراء مكتب ويقرأون صحيفة أو قصة خبرية، ثم نضجت مواهبهم، وبرزت مجموعة جديدة من المفردات المميزة في السرد"[(158)].

ويتوقع ريتش غوردن أن الأمر لن يتوقف عند هذا الحد، فالتكنولوجيا لا تزال تسير قدماً، وستكون الأجهزة الحديثة بمثابة قنوات للصحافة، وستتعدد الوسائط التي يمكن أن يتمتع فيها المواطن بالوصول إلى "الصحافة العظيمة"[(159)].

هوامش الفصل الأول

(1) محمد سعد أحمد إبراهيم: الاتجاهات الحديثة في دراسات القائم بالاتصال، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، أكتوبر- ديسمبر 2000م، ص181.

(2) أحمد علي الشعراوي: تأثير منافسة وسائل الإعـلام الإلكترونيـة في فـن التحريـر الصـحفي.. دراسـة مسحية على عينة من الصحف المصرية والسورية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القـاهرة، كلية الإعلام، أكتوبر 2009م، ص253.

(3) Jane B. Singer: ONLINE JOURNALISTS: Foundations for Research into Their Changing Roles, 1-9-1998, available at: http://jcmc.indiana.edu/vol4/issue1 /singer.html, accessed: 26-12-2009.

(4) نصر الدين لعياضي: الأنواع الصحفية في الصحافة الإلكترونيـة.. نشـأة مسـتأنفة أو قطيعـة؟، موقـع البوابة الإعلامية لعلوم الاتصـال والإعـلام، الدراسـة متـوفرة عـلى الـرابط التـالي: http://www. arabmediastudies.net/images/stories/pdf/intervention%20elayadi.pdf، تاريخ الدخول : 2010/1/3م، ص2.

(5) أحمد علي الشعراوي، مرجع سابق، ص ص: 254-257.

(6) مها عبد المجيد صلاح: استخدامات الجمهور المصري للصحف اليوميـة الإلكترونيـة عـلى شـبكة الإنترنت.. دراسة تحليلية وميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كليـة الإعـلام، قسم الصحافة، 2004، ص:5.

(7) مها عبد المجيد صلاح: المتغيرات المؤثرة على التفاعلية في النشر الصحفي على شـبكة الإنترنـت.. دراسة تحليلية وشبه تجريبية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2007، ص:200.

(8) ماجد سالم تربان: الصحافة الإلكترونية الفلسطينية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعـة الـدول العربية، المنظمة العربية للتربية والثقافة والبحوث، معهد البحوث والدراسـات العربيـة، قسـم البحوث والدراسات الإعلامية، إبريل 2007 ص6.

(9) سـميرة محيـي الـدين شـيخاني: أثـر تكنولوجيـا الاتصـال والمعلومـات عـلى تطـور فنـون الكتابـة الصـحفية.. دراسـة تطبيقيـة عـلى الصـحافة المصريـة والسـورية اليوميـة، رسـالة دكتـوراه غـير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 1999، ص ص 130-131.

(10) نجوى عبد السلام فهمي، مها عبد المجيد صلاح: العوامل المؤثرة في سهولة استخدام النصـوص الإخبارية على شبكة الإنترنت وعلاقتها بالتذكر.. دراسة تجريبية، بحث مقدم في مؤتمر الاتحـاد الـدولي لبحوث الإعلام والاتصال، الجامعة الأمريكية بالقاهرة، يوليو 2006، ص2.

(11) *John Morkes and* Jakob Nielsen: Concise, SCANNABLE, and Objective: How to Write for the Web,1997,available at:http://www.useit.com/papers /webwriting /writing.html, accessed in: 10/1/2010.

(12)ماجد سالم تربان، مرجع سابق، ص147

(13) *John Morkes and* Jakob Nielsen, op.cit.

(14)نجوى عبد السلام فهمي، مها عبد المجيد صلاح، مرجع سابق، ص2

(15)ماجد سالم تربان، مرجع سابق، ص148

(16)نصر الدين لعياضي، مرجع سابق، ص9.

(17)ماجد سالم تربان، مرجع سابق، ص148

(18) Alejandro Rost: The concept of hypertext in digital journalism, 23 Conference and General Assembly, IAMCR/AIECS/AIERI Barcelona, 21-26 of july 2002, available at: http://www.portalcomunicacion .com/bcn2002/n_eng/programme /prog_ind/papers/r/pdf/r011se03_rost.pdf , accessed in: 6/1/2010, p3.

(19) Ibid, p5.

(20) Robert Huesca and Brenda Dervin: Hypertext and Journalism: Audiences Respond to Competing News Narratives, available at: http://web. mit.edu /comm -forum /papers/huesca.html , accessed in: 7/1/2010.

(21) Daniel Bennett: why journalists must understand "link journalism"?, 14/5/2009, available at: http://mediatingconflict.blogspot .com/2009/05 /why -journalists-must-understand-link.html, accessed in: 5/1/2010.

(22) John Burke: Hyperlinking could change the writing styles of newspaper journalists,28/11/2005,availableat:http://www.editorsweblog.org /analysis/ 2005 /11/hyperlinking_could_change_the.php , accessed in: 5/1/2010.

(23) Robert Niles: Don't forget the value of hyperlinking, OJR: the Online Journalism Review,21/9/2007,available at: http://www.ojr.org/ojr/stories /070920niles /, accessed in: 5/1/2010

(24) John Burke, op.cit.

(25) Robert Niles, op.cit.

(26) Christopher B. Daly: Introduction to Hypertext Writing Style, available at: http://www.bu.edu/cdaly/hyper.html , accessed on: 6/1/2010.

(27) João Canavilhas: Hypertext newswriting effects on satisfaction, comprehension and attitudes, available at: http://online.journalism. utexas. edu/ 2008/papers/Canavilhas.pdf , accessed: 6/1/2010. p14.

(28) John Burke, op.cit.

(29) Christopher B. Daly, op.cit

(30) João Canavilhas, Hypertext newswriting effects on satisfaction, op.cit, p 14.

(31) Christopher B. Daly, op.cit.

(32) David Alpert: Time to end newspapers' anti-hyperlink policies, available at:http://greatergreaterwashington.org/post.cgi?id=1639, accessed in: 5/1/2010.

(33) Lidija Davis: Hyperlinks: The End of Online Journalism?,26/1/2009, available at: http://www.readwriteweb.com/archives/hyperlinks _the_end_ of_online_j.php, accessed in: 5/1/2010

(34) Daniel Bennett, op.cit.

(35) Lidija Davis, op. cit.

(36) Daniel Bennett, op. cit.

(37) Ibid.

(38) Lidija Davis, op. cit.

(39)نصر الدين لعياضي، مرجع سابق، ص1.

(40)نصر الدين لعياضي، مرجع سابق، ص12.

(41)سميرة محيي الدين شيخاني، مرجع سابق، ص 138.

(42)مها عبد المجيد صلاح: المتغيرات المؤثرة على التفاعلية في النشر الصحفي على شبكة الإنترنت، مرجع سابق، ص 190.

---

(43)سيف الدين حسن العوض: الصحافة التفسيرية في مقابل الصحافة الاستقصائية، مجلة علوم إنسانية (الصادرة في هولندا)، ربيع 2008، الدراسة متوفرة على الرابط التالي: http://www. ulum.nl /d82.html، تاريخ الدخول: 28 / 2009/12.

(44)مها عبد المجيد صلاح: المتغيرات المؤثرة على التفاعلية في النشر الصحفي على شبكة الإنترنت، مرجع سابق، ص 192.

(45) Carla T. Savalli: Newsroom of the Future, December 2006, available at: http://www.spokesmanreview.com/media/pdf/010407_sr_newsroom_report.pdf, accessed in: 26/12/2009 , p 6.

(46)نجوى عبد السلام فهمي، مها عبد المجيد صلاح، مرجع سابق، ص3.

(47) João Canavilhas: Web journalism: from the inverted pyramid to the tumbled pyramid, available at: http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-inverted-pyramid.pdf , accessed in: 6/1/2010.

(48) João Canavilhas: Web journalism: from the inverted pyramid to the tumbled pyramid, op.cit , p p 4- 13.

(49) هذه الفقرة تلخص خبرة الباحثة في مزاولة الصحافة في عدد من الصحف الورقية من عام 2002-2005م.

(50)السيد بخيت: الإنترنت وسيلة اتصال جديدة.. الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية، (الإمارات: دار الكتاب الجامعي)، 2004 م، الطبعة الأولى، ص 154.

(51) Bruce Garrison: Wold Wide Web Use In Newsrooms, 1997-99, A paper presented to the Mass Communication and Society Division, Association for Education in Journalism and Mass Communication, August 2000, Phoenix, available at: http://com.miami.edu/car/phoenix3.pdf , accessed in: 29/1/2010, p 13.

(52) Ruud Koopmans and Ann Zimmermann: Visibility and Communication Networks on the Internet: The Role of Search Engines andHyperlinks, available at:http://www.mzes.uni-mannheim.de/projekte/typo3 /site/fileadmin / BookSeries/Volume_Two/Ch7_final_final.pdf , accessed in: 29/1/2010.

(53) Ibid.

(54) Bruce Garrison: Wold Wide Web Use In Newsrooms, op.cit , p 6.

(55) السيد بخيت: الإنترنت وسيلة اتصال جديدة.. الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية، مرجع سابق: ص155.

(56) Bruce Garrison: Wold Wide Web Use In Newsrooms, op.cit.

(57) Ibid.

(58) Bruce Garrison: Online Information Use In Newsrooms, A paper presented to the University of Luton Creativity and Consumption Conference, Luton, U.K., March 29-31, 1999. available at: http://com.miami.edu/car/Luton-BG.pdf , accessed in: 29/1/2010.

(59) محرك بحث- من ويكيبيديا، الموسوعة الحرة، آخـر تحـديث للصـفحة: 2009/12/31، متـوفر عـلى الـرابط التـالي: http://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%85%D8%AD%D8%B1% D9%83_ %D8 % A8%D8%AD%D8%AB، تاريخ الدخول: 2010/2/1م.

(60) رحاب عبد المحسن: دليلك لاحتراف البحث على الإنترنـت، إسـلام أون لايـن، 2009/2/15، متـوفر على الرابط التالي:

http://www.islamonline.net/servlet/Satellite?c=ArticleA_C&pagename=Zone-Arabic-HealthScience/HSALayout&cid=1175008803855

تاريخ الدخول: 2010/1/30م.

(61) Bruce Garrison: Journalists' Newsroom Roles And Their World Wide Web Search Habits, A paper presented to the Mass Communication and Society Division, Association for Education in Journalism and Mass Communication, August 2000, Phoenix, available at: http://com.miami. edu/car/phoenix2.pdf, accessed in: 22/1/2010.

(62) Ibid.

(63) Larry Dailey, Lori Demo & Mary Spillman: The Convergence Continuum: A Model for Studying Collaboration Between Media Newsrooms, A paper submitted to the Newspaper Division of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Kansas City, Missouri, July-August, 2003, available at: http://web.bsu.edu/ldailey/converge.pdf , accessed in: 13-1-2010.

(64) مها عبد المجيد: النشر الورقي والإلكتروني مـن الفصـل إلى الـدمج، إسـلام أون لايـن، 2008/1/13، متوافر على الرابط التالي:

http://www.islamonline.net/servlet/Satellite?c=ArticleA_C&cid=1199279310544&pagename=Zone-Arabic-ArtCulture%2FACALayout

تم الدخول في: 2009/12/28م.

---

(65) Martha Stone, Jan Bierhoff: The State of Multimedia Newsrooms in Europe, available at:http://web.mit.edu/cms /Events/mit2/ Abstracts /JanBierhoff.pdf ,2002 , accessed in: 12/1/2010 , p3.

(66) Andras Nyiro: Multimedia journalism calls for new skills without losing the old, 4/6/2007, available at: http://www.pressgazette. co.uk/story .asp?storycode =37814, accessed in: 9/1/2010.

(67) Martha Stone, Jan Bierhoff, op. cit , p 6.

(68) Wiebke Loosen: The Technicalization of Journalism: Impacts on its Structure and Function, Presented to the Media and Production Analyses Working Group at the 23 Conference and General Assembly of the International Association for Media and Communication Research (IAMCR/AIECS/ AIERI), Barcelona, 21-26 of July 2002, available at: http://www.portalcomunicacion.com/ bcn2002/n_eng /programme/prog_ind/papers/l/pdf/l005wg21_loose.pdf , accessed in: 13-1-2010, pp 2-3.

(69) Mike Cuenca: Where's the Multimedia in Online Journalism?, 1/9/1998, available at:http://quod.lib.umich.edu/cgi/t/text/text-idx?c=jep;view=text; rgn= main; idno=3336451.0004.111, accessed in: 12/1/2010.

(70) محمد الأمين موسى أحمد: توظيف الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني العربي، ورقة بحثية مقدمة لمؤتمر "صحافة الإنترنت الواقع والتحديات"، جامعة الشارقة، كلية الاتصال، 22-24 نوفمبر 2005م.

(71) Laura Ruel and Nora Paul: Multimedia storytelling: when is it worth it?, OJR: the Online Journalism Review, 12/2/2007, available at: http://www.ojr. org/ojr /stories/070210ruel/ , accessed at: 12/1/2010.

(72) Cindy Royal: Using Flash to Create Animated Environments, available at: http:// www.cindyroyal.com/newmedia/handouts/flash.pdf, accessed in: 12/1/2010, p1.

(73) Neil Thurman and Ben Lupton: Convergence calls: Multimedia storytelling at British news websites, available at:http://opendepot.org/136/1/thurman_ lupton _final.pdf , accessed in: 8/10/2011, p 2.

(74) Martha Stone, Jan Bierhoff, op.cit , p 1.

(75) أهم مواقع رفع ومشاهدة المواد المرئية على الإنترنت.

(76) Neil Thurman and Ben Lupton, op.cit , p 12.

(77)Amanda Termén: Innovative Journalism as a Base for Innovation Journalism, available at: http://www.innovationjournalism.org/archive/INJO-3-4/Termen.pdf, accessed in: 12/1/2010 , p10.

(78) Neil Thurman and Ben Lupton, op.cit , p 13.

(79) Amanda Termén, op.cit , p3.

(80) James L. Horton: Working with Convergence Journalists, 14/8/2007, available at: http://www.online-pr.com/Holding/Working_with_Covergence_ Journalists.pdf, accessed on: 14/1/2010 , p1.

(81) Andras Nyiro, op. cit.

(82) J. Carl Ganter and Eileen E Ganter: sound in the story.. Balancing the tools in new-media journalism, The Poynter Institute for Media Studies, available at: http://www.joeweiss.com/2005/08/sound-in-story-pdf-by-j.html. accessed in: 12/1/2010.

(83) Ibid.

(84) Martha Stone, Jan Bierhoff, op.cit , p 5.

(85) محمد الأمين موسى أحمد: توظيف الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني العربي، مرجع سابق.

(86) جمال الرزن: صحافة المواطن.. المتلقي عندما يصبح مرسلاً، المجلة التونسية لعلوم الإتصال، العدد 51-52، 2009م، متوفر على موقع البوابة العربية لعلوم الاتصال والإعلام؛ في الرابط التالي:
http://www.arabmediastudies.net/index.php?option=com_content&task=view&id=393&Itemid=1

تاريخ الدخول: 2010/1/26.

(87) Larry Pryor: the third wave of online journalism, OJR: the Online Journalism Review, 18L4L2002, available at: http://www.ojr.org/ojr/future/1019174689.php , accesed on: 12L10L2011.

(88) Mark Glaser: how to succeed as acitizen media editor: OJR: the Online Journalism Review, 22 /3/2005, available at: www.ojr/stories/050322glaser/, accessed: 22/12/2005.

(89) Mark Glaser, op.cit.

(90) Jonathan Morgan: web journalist know theyself: OJR: the Online Journalism Review, 13 /9/2006, available at: www.ojr/stories/060913morgan/, accessed: 21/12/2005.

---

(91) وفقاً لتعريف الموسوعة لنفسها: عن ويكيبيديا- من ويكيبيديا، الموسوعة الحرة، آخر تحديث 2010/1/18، متاح على الرابط التالي: http://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%88%D9%8A%D9%83%D9%8A%D8%A8%D9%8A%D8%AF%D9%8A%D8%A7:%D8%AD%D9%88%D9%84 تاريخ الدخول: 2010/2/2م.

(92) Seth C. Lewis, Kelly Kaufhold, and Dominic L. Lasorsa: Thinking about Citizen Journalism: Perspectives on Participatory News Production at Community Newspapers, available at: http://online.journalism.utexas.edu /2009/papers/ Lewisetal09 .pdf , accessed on: 21-11-2010.

(93) Neil Thurman: Forums for citizen journalists? Adoption of user generated content initiatives by online news media, New Media & Society 10(1), February 2008, available at: http://www.city.ac.uk/journalism/ download_files /thurman_ forums.pdf , accessed in: 14/1/2010.

(94) Open source journalism, From Wikipedia, the free encyclopedia, last modified on 8 January 2010, available at: http://en.wikipedia.org/wiki/Open _source _journalism , accessed in: 17/1/2010.

(95) Jay Rosen: Top Ten Ideas of '04: Open Source Journalism, Or "My Readers Know More Than I Do.", 28/12/2004, available at: www.journalism. nyu.edu/pubzone/weblogs/pressthink/2004/12/28/tptn04_opsc.html , accessed in: 17/1/2010.

(96) مها عبد المجيد صلاح: المتغيرات المؤثرة على التفاعلية في النشر الصحفي على شبكة الإنترنت.. دراسة تحليلية وشبه تجريبية؛ مرجع سابق، ص 189.

(97) Open source journalism, From Wikipedia, , op.cit.

(98) Jemima Kiss: Alan Rusbridger on open-source journalism, and other reasons to be cheerful about the future of news, guardian newspaper, 29/4/2009, available at: http://www.guardian.co.uk/media/pda/2009/apr/29/alanrusbridger-newspapers , accessed in: 17/1/2010.

(99) مها عبد المجيد صلاح: المتغيرات المؤثرة على التفاعلية في النشر الصحفي على شبكة الإنترنت.. دراسة تحليلية وشبه تجريبية؛ مرجع سابق، ص 190.

(100)فراج إسماعيل: صحافة أكثر انتشـارا، موقـع المصريـون، 2009/11/30، متـاح عـلى الـرابط التـالي: http://www.almesryoon.com/news.aspx?id=21469، تاريخ الدخول: 2009/11/30م.

(101)المرجع السابق.

(102)من فيلم "وادي السيليكون" المذاع على قناة المجد الفضائية، متـوافر في ثـلاث أجـزاء عـلى موقـع اليوتيوب، تاريخ الدخول: 201011-1-، على الروابط الثلاث التالية:

http://www.youtube.com/watch?v=Ciz5yLNK9oI&feature=related

http://www.youtube.com/watch?v=_fGfmUWgCT0&feature=related

http://www.youtube.com/watch?v=_AWfP9_ojxM&feature=related

(103)وادي السيلكون- من ويكيبيديا- الموسوعة الحرة، متوفر على الرابط التالي:

http://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%88%D8%A7%D8%AF%D9%8A_%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%8A%D9%84%D9%83%D9%88%D9%86

تاريخ الدخول: 30-12-2010، آخر تعديل لهذه الصفحة في 14:35، 21 سبتمبر 2010م.

(104)من فيلم "وادي السيليكون"، مرجع سابق.

(105)مردوخ يطلق صحيفة رقمية حصرياً لجهاز "آي باد"، موقع CNN بالعربية، 22-12-2010، متوافر على الرابط التالي:

http://arabic.cnn.com/2010/scitech/11/22/ipad.digitalnewspaper/index.html

تاريخ الدخول: 31-12-2010م.

(106)صحيفة (ديلي) على الآي باد تبحث عن قراء، 1-10-2011، متوفر على الرابط التالي:

http://www.shorouknews.com/news/view.aspx?cdate=01102011&id=61f758da-7c06-4fa5-881f-3f93f35041ef

تاريخ الدخول: 2011/10/6م..

(107)جهاز قراءة الكتب الإلكترونية وغيرها من المواد الرقمية بتقنية الحبر الإلكتروني، كـما يـوفر حريـة تصفح الإنترنت، من إصدارات شركة أمازون عام 2007. ويعتقد البعض أن جهاز الآي بـاد لم يضـف الكثير عما قدمه هذا الجهاز، إنما بعض التحسينات وزيادة السعة، ويقولـون إن الإعلانـات المكثفـة عن اختراع "آبل" المنتظر كانت مبالغات عما وُجد في الواقع.

---

(108)تتداخل الأفكار هنا بين ملاحظات الباحثة وملاحظات هامة أشار إليها الصحفي والباحث نصري عصمت (باحث ماجستير في الصحافة الإلكترونية بجامعة نيويورك) في ورشة تدريبية أدارها بنقابة الصحفيين في يومي 12-13 يناير 2011 حول توظيف وسائل الإعلام الاجتماعي (فيس بوك، تويتر، يوتيوب) في خدمة العمل الصحفي.

(109)Social media Infograghics 2013, available at: http://techinfographics.com /infographic-social-media-facts-2013/, accessed on: 2420/11/13.

(110)رصد فيلم الشبكة الاجتماعية the social network تطور الفيس بوك منذ بدايته "الانتقامية" الشخصية، كموقع يرد به مارك على خليلته التي تركته، وحتى وصوله إلى التطوير الحادث الآن. ربما يختلف البعض مع الفيلم، ولكنه مفيد في التعرف إلى البيئة الاتصالية التي تخرج منها بعض المواقع التي تستهلك أوقات سدس سكان الكرة الأرضية!

(111)من إحصائيات فيس بوك المنشورة على الموقع، متوفرة على الرابط التالي: http://www facebook .com /press/info.php?statistics.، تاريخ الدخول: 6- 10- 2011م.

(112)من إحصائيات فيس بوك المنشورة على الموقع، متوفرة على الرابط التالي: http://investor.fb. com/releasedetail.cfm?ReleaseID=802760، تاريخ الدخول: 24- 11- 2013م.

(113)المصدر السابق.

(114)هذه ملاحظة عامة من متابعتي اليومية للفيس بوك وزملائي من الصحفيين والمدونين، وتحتاج إلى دراسات خاصة تعالج ظاهرة عزوف بعض المدونين عن التدوين واكتفاء بعضهم بالملاحظات على الفيس بوك، فهل هي مجرد صرعة كصيحات الموضة وتقليعات الشباب، أم أن التدوين لا يزال في تطور وتوهج مستمرين؟

(115)لم يُعرِّف وائل غنيم نفسه عند إنشاء الصفحة، ولكن تم الإفصاح عن هويته بعد القبض عليه في مظاهرات يناير 2011، إذ أعلن النشطاء أنه المتحدث الرسمي باسمهم وأنه منشئ الصفحة المعارضة، لإجبار النظام على الإفراج عنه.

(116)صفحة "كلنا خالد سعيد"، على الرابط التالي: http://www.facebook.com/ElShaheeed، تاريخ متابعة آخر تحديث: 2011/10/6م.

(117)وصف نصري عصمت في ورشة تدريبية، مصدر سابق.

(118)معلومات واردة في ورشة توظيف وسائل الإعلام الاجتماعي (فيس بوك، تـويتر، يوتيـوب)، مصـدر سابق.

(119)إحصاءات عن يوتيوب منشورة على موقعه على الرابط: http://www.youtube. com/yt/press /statistics.html، تاريخ الدخول: 2013/11/24م.

(120)Nagwa Abdel Salam Fahmy: Revealing the "Agenda-Cutting" through Egyptian Blogs:An Empirical Study, available at: http://online.journalism .utexas.edu /2010/papers/Fahmy10.pdf , accessed on: 4/6/2010, p 8.

(121)Ibid , p 12.

(122)شريف درويش اللبان: مداخلات في الإعلام البديل والنشر الإلكتروني على الإنترنـت، (القـاهرة: دار العالم العربي)، 2011م، الطبعة الأولى، ص31.

(123)Nagwa Abdel Salam Fahmy, op.cit.

(124)شِيَم عبد الحميد قطب: رؤيـة القـائم بالاتصـال في الصـحافة المصريـة لمواقـع التـدوين في إطـار التكامل بين الوسائل التقليدية والجديدة؛ المجلة المصرية لبحوث الصحافة، جامعـة القـاهرة، مركـز التوثيق والتراث الصحفي بكلية الإعلام، المجلد الأول (العدد الأول والثاني) أكتوبر - ديسـمبر 2009/ يناير - مارس 2010، ص335.

(125)بول لازرسفيلد (Paul Lazarsfeld) و إليهو كـاتز (Elihu Katz)، هـما أصـحاب نظريـة "تـدفق الاتصـال ذو الخطـوتين Two Step Flow Theory"، والتـي تـبرز دور قـادة الـرأي في التـأثير عـلى الجماهير عبر استخدام وسائل الاتصال.

(126)Courtney Radsch: Core to Commonplace: The evolution of Egypt's blogosphere, available at: http://arabmediasociety.org/articles/downloads/20080929140127_AMS6_Courtney_Radsch.pdf,accessed on: 16-11-2010 , p 10.

(127)Axel Bruns: News Blogs and Citizen Journalism: New Directions for e-Journalism, availale at: http://produsage.org/files/ News%20Blogs %20and%20Citizen%20Journalism.pdf , accessed on: 16-11-2010, p1.

(128)Ibid , p 5.

---

(129)Alfred Hermida: The Blogging BBC: Journalism blogs at 'the world's most trusted news organisation' ,available at :http://www.reportr.net/wp-content/uploads/2009/08/bbc-blogs-hermida-pre-pub.pdf,accessed on:17-11-2010.

(130)arci McCoy Roth: How journalists see the Blogosphere, 2004, available at :http ://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.121.9805&rep=rep1&type=p df , accessed on: 16-11-2010, p 4.

(131)Seungahn Nah and Deborah Chung: Rating Citizen Journalists Versus Pros: Editors' Views, Newspaper Research Journal • Vol. 30, No. 2 • Spring 2009, available at: http://aejmc.org/topics/wp-content/uploads/2009/06/nah.pdf , accessed on: 21-11-2010

(132)Marci McCoy Roth: How journalists see the Blogosphere, op.cit.

(133) Seth C. Lewis, Kelly Kaufhold, and Dominic L. Lasorsa, op.cit.

(134)Marci McCoy Roth, op.cit.

(135)Ibid.

(136)المهدي الجندوبي: كيف غير الإعلام الجديد أساليب العمل الصحفي؟، المجلة التونسية لعلوم الاتصال، عدد 51-52، 2010م، متوفرة على مدونة الدكتور المهدي الجندوبي، على الرابط التالي:
http://dl.dropbox.com/u/7572773/JournalismWritingCourses/TIC%20et%20pratique%20du%20journalime%20RTC.pdf
تاريخ الدخول: 30-11-2010م، ص 2.

(137)Alfred Hermida, op.cit.

(138)جدير بالذكر أن هيئة الإذاعة البريطانية، تحاول أن تستفيد بصحافة المواطن والتعرف إلى آرائهم في قنواتها التليفزيونية أيضا من خلال عمل حوارات تليفونية مع المواطنين حول آرائهم في القضايا القومية والمحلية، وتقوم قنوات الجزيرة الإخبارية السياسة الجادة بهذا الأمر.. بما يعكس وعي المؤسسات الإعلامية العريقة بأهمية استيعاب الظواهر الإعلامية الجديدة.

(139)قامت صحيفتا المصري اليوم والشروق بعرض تجاربهما في توظيف صحافة المواطن في ندوة "دور المواطن الصحفي في تغطية انتخابات 2010"، بنقابة الصحفيين، يوم السبت 2010/12/18م.

(140)المصدر السابق.

(141)نصر الدين لعياضي، مرجع سابق، ص 8.

(142)نصر الدين لعياضي، مرجع سابق، ص 7.

(143)Tamara Witschge and Gunnar Nygren: Journalism: A Profession Under Pressure? , Journal of Media Business Studies, 2009. available at: http://eprints-gro.gold.ac.uk/2128/1/Witschge_Nygren_Journalism_as_ profession.pdf , accessed in: 22/1/2010, p 20.

(144) Leena Rao: Online Journalists More Optimistic About The Future Of Journalism than Print Peers, 30/3/2009, available at: http://www.techcrunch.com/2009/03/30/online-journalists-more-optimisitic-about-the-future-of-journalism-than-print-peers/, accessed in: 20/1/2010.

(145)Christopher Harper: Journalism in a Digital Age, available at: http ://www .siyasaliletisim .org/pdf /ingilizcemakaleler /journalism -in-a-digital-age .pdf , accessed on: 22/1/2010, p1.

(146)Mark Deuze: What is journalism?..Professional identity and ideology of journalists reconsidered, Copyright © 2005 SAGE Publications (London, Thousand Oaks, CA and New Delhi), available at: http://www.promusica.se /Library/Electronic%20texts/Deuze2005.pdf , accessed in: 22/1/2010 , p10.

(147)Tamara Witschge and Gunnar Nygren, op.cit , p3.

(148)Mark Deuze, op.cit , p10.

(149)Rich Gordon: Online opportunities make journalism's future bright, despite gloomy feelings, OJR: the Online Journalism Review, 27/10/2005, available at: http://www.ojr.org/ojr/stories/051027gordon/ , accessed in: 20/1/2010.

(150)خدمة RSS: هي وسيلة لتمكين البرمجيات والنظم المختلفة من استهلاك ما تنشره نظم غيرها من محتوى وتطبيقات تمكين القراء من متابعة آخر أخبار المواقع، دون حاجة لزيارة كل موقع على حدة.

انظر: آر إس إس- من ويكيبيديا، الموسوعة الحرة، آخر تحديث للصفحة: 2009/12/29، تاريخ الدخول: 2010/1/24م.

(151)Rich Gordon , op. cit.

(152)Christopher Harper, op. cit , p3.

(153)Tamara Witschge and Gunnar Nygren, op.cit , p2.

(154)Mark Deuze, op.cit , p14.

(155)Nikki Usher: Skills training is not enough for the digital journalist, OJR: the Online Journalism Review,18/2/2009, available at:http://www.ojr.org/ojr/people/nikkiusher/200902/1654/ , Accesed on: 21/12/2009.

(156)Oliver Reichenstein: the future of news.. how to survive the new media shift, (Tokyo: Information *Architects K.K, 2007*), *scanned book available at:http://informationarchitects.jp/iA_future_of_newspapers_v05.pdf , accessed in : 21/1/2010 , pp 5- 11.*

(*157*)*Shin Mizukoshi*: *the Future of Jourmalism in cyperspace*, available at: http://s-space.snu.ac.kr/bitstream/10371/1899/1/jcrv34n0_019.pdf , accessed in: 20/1/2010, p27.

(158)Rich Gordon, op. cit.

(159)Ibid.

الفصل الثاني

العوامل المؤثرة على

بيئة العمل الإعلامي الإلكتروني

(دراسة على عينة من المواقع المصرية الإلكترونية)

الفصل الثاني

العوامل المؤثرة على بيئة العمل الإعلامي الإلكتروني

(دراسة على عينة من المواقع المصرية الإلكترونية)

مقــدمـة

رغم مرور ما يقرب من ثلاثة عقود على ظهور شبكة الإنترنت، إلا أن الدراسـات لا تـزال تحاول اكتشاف خصائصها الكامنة وتأثيراتها على العملية الاتصالية بمكوناتها المختلفة: المرسل، المستقبل، الرسالة، رجع الصدى.

وإذا كانت دراسات "القائم بالاتصـال" في وسـائل الإعـلام التقليديـة قـد ارتكـزت حـول مفاهيم المصـدر Source وحـارس البوابـة Gatekeeper والوسـيط Mediator؛ فـإن بحـوث القائم بالاتصال في وسائل الإعلام الجديـدة تطـرح مفـاهيم جديـدة تسـتهدف إعـادة فحـص وتحديد دور القائم بالاتصال، تحت تـأثير فـيض المعلومـات المتدفقـة عـبر شـبكة الإنترنـت[1] وتنوع خصائص الوسيلة، وتعقد دور الجمهور وخصائصه وقدراته ومتطلباته.

ومن التأثيرات التي تخللت عمليـة الاتصـال، مشـاركة الجمهـور في بـدء تلـك العمليـة، وعدم اقتصاره على دور المتلقي السلبي، حتى بـات نـدًّا للقـائم بالاتصـال ولـه خصوصـية في إنتاج الرسالة، بمحتوى يطلق عليه "صحافة المواطن".

ومثَّل هذا الإعلام غير المهني تهديدًا لعمل القائم بالاتصال في أول الأمر، وأصـبح القـائم بالاتصال في حيرة من أمره تجاه هذا الإنتاج المتداخل مع عمله.

ومـؤخراً، اسـتطاع القـائم بالاتصـال أن يسـتوعب إعـلام المـواطنين، بـل قـام باسـتثماره

لصياغة مشروعه الإعلامي المتكامل والمنفتح، حتى وصل الأمر إلى قيام القائم بالاتصال بإدارة حوارات إعلامية مع ضيوف يحاورهم مواطنون، وإنتاج مواطنين موادًّ إعلامية تحظى بانتشار واسع على الإنترنت وتحصد جوائز عالمية في الصحافة.

ولهذا، فإن دلالة مفهومي "القائم بالاتصال" أو "المرسل" أصبحت مزدوجة، وبدأ يختفي تدريجيًّا من الدراسات السابقة التي تتبعتها الباحثة، وبخاصة الأجنبية، التي تجاوزت هذا المفهوم واختصرت هذا الازدواج باستخدام مصطلح "محرر الإنترنت" أو "صحفي الويب". أما الدراسات والأدبيات العربية فلا تزال تستخدمه، وأدرجت مصطلحات أخرى مثل: "مقدمو الخدمة"، "العاملون في المواقع الإلكترونية".

ويمثل القائم بالاتصال **Mass Communicator** وحدة التحليل الأصغر **Micro** في الإجابة عن الأسئلة الخاصة بمسؤولية إنتاج الرسائل الإعلامية، ويعتبر أحد المفاهيم الخاصة بالعلاقات التنظيمية داخل المؤسسة الإعلامية. ويمتد هذا المفهوم ليشير إلى كل من يعمل في بناء أو تشكيل الرسائل الإعلامية مهما اختلفت الأدوار أو المواقع[(2)].

ويقصد بمصطلح "القائم بالاتصال على الإنترنت": مقدم الخدمات الإلكترونية الإعلامية لجمهور الإنترنت، والذي يقوم بصياغة رسالة/ محتوى في شكل مكتوب أو مصور أو مرئي، ويستفيد من إمكانات الإنترنت وخصائصه لتلبية احتياجات جمهوره من المعرفة والتواصل.

وتعقدت علاقة القائم بالاتصال على الإنترنت بالتكنولوجيا. فعلى سبيل المثال.. عليه أن يعرف كيفية إنتاج رسالة متعددة الوسائط، وأن يتفاعل مع الجمهور عبر الإمكانات المتاحة والمتجددة، فضلاً عن وجوب معرفته بأساليب حماية موقعه من الاختراق والسرقة والتدمير[(3)]، وتملك مهارات الملاحة على الشبكة والاستفادة من فيضها المعلوماتي.

ويتعرض القائم بالاتصال إلى ضغط متجدد في بيئة العمل الإلكترونية، نظرًا لأنها غير ثابتة وتتطلب تجددًا مستمرًّا وتطلعًا دائمًا إلى مواكبة التطورات التكنولوجية المتلاحقة، وإرضاء ذائقة جمهور يعتقد أن بوسعه معرفة المزيد والمشاركة والتأثير.

ومن المهارات الاتصالية الجديدة، التي لم تكن مطلوبة من القائم بالاتصال في الوسائل الأخرى، تسويق أعماله وتوصيلها إلى "عتبة" الجمهور، وهذه المزية الترويجية أصبحت حتمية بعد استحواذ الشبكات الاجتماعية ومواقع مشاركة الفيديو والملفات على أوقات واهتمامات الجمهور، إلى درجة هددت "رسالة" القائم بالاتصال، والذي أصبح مجبراً على أن يوصلها "ديليفري" إلى أماكن تجمعات الجمهور، حتى تحظى باهتمام ومشاركة وتعليق عدد أكبر من الناس، ولعل هذا ما حدا بالصحف الإلكترونية إلى بث محتواها على مواقع الشبكات الاجتماعية وعدم اكتفائها بمواقعها الخاصة بها.

وتولي هذه الدراسة اهتمامًا بدراسة واقع القائمين بالاتصال في المواقع المصرية الإلكترونية، وإلقاء الضوء على واقع الإعلام الإلكتروني في مصر، ومدى تأثر القائم بالاتصال بتنامي ظاهرة "صحافة المواطن" في مصر، وتسابق الإعلام الإلكتروني لاستقطاب الجمهور بآليات التفاعل والمشاركة.

الدراسات السابقة

أولاً: الدراسات العربية

أشار عدد من الدراسات العربية قبل سنوات إلى محدودية استخدام مواقع الإنترنت ومواقع الصحف على الشبكة لأدوات الإنترنت في التفاعل والنشر متعدد الوسائط، ولكن الوضع اختلف الآن وأصبحت هناك عدد من الصحف المصرية والعربية تتنافس في استقطاب الزوار وتقديم إعلام إلكتروني متكامل مستقل في المواقع الإعلامية، وتلافى عدد من الصحف مشاكل النسخة الإلكترونية غير المواتية لاحتياجات الجمهور وإمكانات الإنترنت.

واهتمت الباحثة بحصر الدراسات التي تصب في صلب اهتمام هذا البحث بشقيه النظري والميداني، ورصدت ما طالته الأيدي من الدراسات العربية لمحاولة الوقوف على النقطة التي انتهت إليها، للبدء منها والاجتهاد في الإضافة عليها لضمان عدم تكرار الجهد العلمي.

وقد تناولت الدراسات العربية القائم بالاتصال على استحياء، ولم تتخصص إلا دراسات محدودة في معالجة دوره ومراقبة العوامل المؤثرة فيه، فجنحت معظم الدراسات إلى مناقشة خصائص الإنترنت (الوسيلة) واحتياجات واستخدامات الجمهور، واندرجت الدراسات العربية تحت المحاور التالية:

أولاً: حراسة البوابة على الإنترنت:

تمركزت دراسة الباحث الليبي النعمي العالم[4] حول الممارسة المهنية للصحفيين في الصحافة الإلكترونية، وأشارت إلى أنه بالرغم من انهيار شكل الرقابة والرقيب أو ما يسمى بحارس البوابة إلا أن رقابة الصحفي على ذاته ربما تكون أكثر تأثيراً وتقيداً بما لها من خلفيات وقيود اجتماعية ودينية؛ لأنها جاءت نتيجة لتراكمات سياسية وثقافية ليس من السهل التخلص منها، أو ربما - كما يقول البعض - إن "صحفي الإنترنت" - إن جاز هذا التعبير - هو وليد الإعلام المكتوب الذي اعتاد وجود الرقيب الرسمي في مهنته ومحيط عمله.

وسعت دراسة عصام نصر سليم[5] إلى رصد صور تبادل الحوار الحر للمعلومات والآراء والأفكار العربية الإسلامية عبر الإنترنت. واعتمد الباحث على تحليل محتوى عينة من الآراء الواردة على عدد من مواقع الحوار العربية على شبكة الإنترنت.

وخلصت هذه الدراسة إلى وجود "تسلط للمراقبين على الآراء المنشورة بالمواقع"، و"لا يطبق مراقبو مواقع الحوار المعايير المتبعة في التعامل مع الآراء، بالحذف أو التعديل أو التغيير بصورة موضوعية أو فعالة، وقد لا تستند إلى المنطق في بعض الأحيان".

وتوصلت دراسة شريف درويش اللبان[6] إلى أن هناك هيمنة من الدول العربية -عينة دراسته- على الإنترنت بأشكال مختلفة من الهيمنة؛ وذلك في دراسته التي أجراها على حرية التعبير المكفولة للوسيلة الجديدة في ست دول عربية. وقد استخدم اللبان في دراسته هذه مناهج: المسح، المقارنة، دراسة الحالة. وأدوات تحليل المستوى الثاني Meta analysis، الملاحظة بالمشاركة.

وكانت دراسة زهير مصطفى دولة وعماد محمد أشتيوي حول القائم بالاتصال في المواقع الإخبارية الفلسطينية. وأكدت الدراسة قلة عدد حراس البوابة والبوابات نفسها في المواقع الإلكترونية، وضرورة اهتمام القائم بالاتصال بمعرفة جمهوره وخصائصه واحتياجاته، والمزيد من التعلم لخصائص الإنترنت وإمكاناته(7).

وكشفت دراسة السيد بخيت(8) من خلال استعراض كل الدراسات الإعلامية والأكاديمية في البيئة الإعلامية التقليدية والإلكترونية؛ عن صحة فرضية دراسته التي تقول إنه بالرغم من التغييرات التي حدثت لمفهوم حارس البوابة في الآونة الأخيرة، إلا أنه مازال صالحًا للتطبيق على وسائل الإعلام الإلكترونية (الإنترنت)، رغم تقلص عدد الحراس، وافتقادهم أحياناً إلى الخبرة، وتراجع الاعتبارات التنظيمية والمؤسسية الروتينية المؤثرة على قرارات حراس البوابة، في مقابل تزايد الاعتبارات الشخصية والذاتية، وقد خفَّ عنهم ضغط المساحة وقلَّتْ ساعات البث. ويؤكد بخيت أن هناك قيوداً أخرى تزايدت على حراس البوابة على الإنترنت، منها قيود السرعة، وتبنى بعضهم نظام مراقبة الجودة(9) الذي يضبط إيقاع العمل ويحدد مواصفاته.

ثانياً: خصائص القائم بالاتصال:

يوجد عدد من الاتجاهات المتنوعة في دراسة القائم بالاتصال، حاول محمد سعد أحمد إبراهيم(10) التعرف إليها. إذ سعى إلى رصد وتحليل الاتجاهات الحديثة في بحوث القائم بالاتصال سواء من حيث الإشكاليات البحثية أو المداخل النظرية والمنهجية.

وفي تقويمه لدراسات القائم بالاتصال؛ أكد الباحث أن هذه الدراسات تفتقد إلى الأساس النظري والتاريخي. ولاحظ في الدراسات الغربية عن القائم بالاتصال على الإنترنت أنها لا تراعي استكشاف ظواهر اتصالية جديدة بنظريات ومناهج وأدوات وافتراضات تقليدية، وتعمد إلى إغفال الطبيعة الدولية للإنترنت، بالإضافة إلى غياب الدراسات المقارنة التي تأخذ في الاعتبار المتغيرات المحلية والقومية والثقافية، ومدى انعكاسها على وسائل الإعلام بوجه عام، والقائم بالاتصال بوجه خاص في إطار الأنظمة الاتصالية المستحدثة.

وتمثلت أبرز المجالات البحثية الجديدة لدراسات القائم بالاتصال في الدراسات المتعلقة بالقائم بالاتصال في الصحافة الإلكترونية، وحارس البوابة في شبكة الإنترنت، والمحرر المتكامل، والأنماط الشخصية للصحفيين، والقيم المهنية العالمية.

وركزت المدرسة الأمريكية على المدخل الوظيفي الذي يرى أن الحتمية التكنولوجية technological determination متطلب أساسي لتطوير قيم القائم بالاتصال ودوره ومهاراته. وتبنت بعض الدراسات الأوروبية المدخل النقدي الذي يركز على البعد الاجتماعي أكثر من البعد الإعلامي، ويتجاوز حالة الانبهار بالتطور التكنولوجي إلى تحليل المعوقات التنظيمية والاقتصادية والسياسية التي تعوق قيام القائم بالاتصال بدوره المجتمعي.

أما دراسات دول الجنوب؛ فلا تزال في معظمها أشد انجذاباً إلى المدرسة الأولى، الأمر الذي يفسر غياب الأبحاث النقدية، والتركيز على الدراسات الوصفية أحادية المنحنى one-shot أو المقطعية sectional studies التي تعالج الظواهر من منظور جزئي، ولا تضيف جديداً إلى البناء النظري.

خلصت دراسة السيد بخيت[(11)] إلى أن افتقاد البيئة الإعلامية الإلكترونية وجودَ كيانات إعلامية مهنية محددة المعالم، تجمع بين العاملين المنتمين لهذه البيئة، وتساعد في الدفاع عن المهنة وممارسيها، وعن حقوقهم المهنية والسياسية والفكرية والمادية، وهو ما انعكس أثره على عدم وضوح صورة مهنة الإعلام في البيئة الإلكترونية وواجبات المنتمين إليها.

كما رصدت الدراسة تراجع أهمية العلاقة بين الصحفيين والمصادر في البيئة الإلكترونية، عما هي عليه في البيئة التقليدية، وقد أوجدت هذه البيئة مناخًا أسرع لنشر الشائعات والأخبار غير الصحيحة، وهو ما ينعكس أثره على سمعة الوسائل الإعلامية وعلى سمعة المصادر الصحفية أيضًا.

وتناول الباحث ذاته في دراسة أخرى[12] أسباب قلة المضامين التي ينتجها المستخدمون العرب، وردها إلى عدة أسباب من بينها عوامل مهنية تعود إلى طبيعة القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية وعدم وجود تصور صحيح لديهم حول مفهوم الصحافة الإلكترونية، وكذلك عدم وجود فريق عمل متخصص في المجال الإعلامي ضمن القائمين على إدارة هذه المواقع، وعدم توافق مؤهلات بعضهم مع طبيعة العمل على هذه المواقع، مع ضعف تدريبهم وتأهيلهم، حيث يغلب عليهم التخصص الفني والتقني أكثر منه الإعلامي، في وقت تترك فيه معظم المؤسسات الإعلامية مسؤولية الإشراف على مواقعها لبعض الفنيين الذين تقتصر مهماتهم على وضع المواد المطبوعة على الإنترنت، دون إضافة أية مادة عليها أو التعامل معها بمنطق إعلامي، كما تنتشر ذهنية الصحافة الورقية في تعامل المؤسسات الإعلامية العربية مع مواقعها على الإنترنت، فهي لا ترى فيها أكثر من كونها وعاء آخر لنشر مضمونها.

وكانت دراسة سماح عبد الرزاق الشهاوي[13] بعنوان "علاقة التفاعلية باستخدام الشباب للمواقع الموجهة لهم على شبكة الإنترنت". واستهدف جانب منها التعرف إلى مدى إدراك القائمين بالاتصال في هذه المواقع لمفهوم التفاعلية، والتعرف أيضاً إلى مدى استخدام القائمين بالاتصال للأدوات التفاعلية التي تتيحها شبكة الإنترنت.

وهي دراسة وصفية استخدمت منهجي المسح والمقارن، واستخدمت الاستقصاء ومقياس لرصد مستوى التفاعلية في المواقع محل الدراسة. وتوصلت فيما يتعلق بالقائم بالاتصال إلى عدة نتائج منها:

- معظم العاملين في المواقع عينة الدراسة من خريجي الإعلام أو كليات الآداب قسم إعلام أو طلبة هذه الكليات بنسبة بلغت 70%.
- النسبة الأكبر من المحررين يرون أن مسئولي الصفحات أو رؤساء الأقسام بالموقع هم من يختارون الموضوعات التي تنشر على صفحات الموقع.
- هناك إدراك وحرص من جانب القائمين بالاتصال في المواقع عينة الدراسة لمفهوم

التفاعلية، ولكن تصورهم عن التفاعلية يتركز على الاتصال ثنائي الاتجاه بين القائم بالاتصال والجمهور أو بين الجمهور بعضهم والبعض.

- معظم القائمين بالاتصال يستجيبون لرسائل زوار الموقع، ويقرؤون تعليقات القراء على موضوعاتهم بشكل دائم.
- يحرص معظم القائمين بالاتصال على استخدام المواد الصوتية وأفلام الفيديو الحية إلى جانب النص عند عرض موضوعاتهم بنسبة بلغت 60%.

ثالثًا: مهارات القائم بالاتصال:

حاول عادل الأنصاري[14] التفرقة بين مواقع الهواة ومواقع المحترفين، فقسم المواقع الإلكترونية إلى مواقع تجارية، مواقع تفاعلية، مواقع تعريفية، مواقع إعلامية تكميلية، مواقع صحفية.

ووضع الأنصاري ضوابط ومعايير لتمييز المواقع الصحفية الإلكترونية عن بقية المواقع، وهي: معايير مهنية (استعمال قوالب العمل الصحفي، إنتاج موضوعات ميدانية)، معايير تتعلق بالمؤسسة (معايير فنية من بينها: وجود نظام بالموقع للأرشفة- وجود سيرفر مستقل للموقع- وجود نظام تأميني محدد يمنع عمليات القرصنة والاختراق)، معايير مالية، معايير متعلقة بعدد الزوار.

وحول صحفيي الشبكات وصحافتهم، أشار محمد عبد الحميد[15] إلى أن صحفيي الشبكات في حاجة إلى المهارات المتعددة multi-skilled journalist في عصر المنتج الصحفي الرقمي، حيث فرض ذلك المشاركة في كثير من الوظائف التقنية للتحرير والإنتاج، ولا يقف الأمر عند إنتاج جريدة الفيديو أو نقل الحدث بالنظم الرقمية، بل لزم أيضًا استخدام الكمبيوتر بجانب ذلك في التحرير والكتابة والبحث وجمع المعلومات من مصادرها على الشبكة، ثم إرسال القصة المكتوبة والمصورة فوريًا إلى غرف الأخبار من خلال الحاسب المحمول وبثها على الشبكة أيضًا.

ويرى محمد عبد الحميد أن الصحفي أو المحرر لم يعد الكاتب أو المعد فقط، ولكن أصبح أيضًا صانع القرار الخاص بنظم العمليات الخاصة بصحافة الشبكات ابتداءً من الفكرة والإنتاج إلى التوصيل والإتاحة على المواقع الخاصة بالصحف.

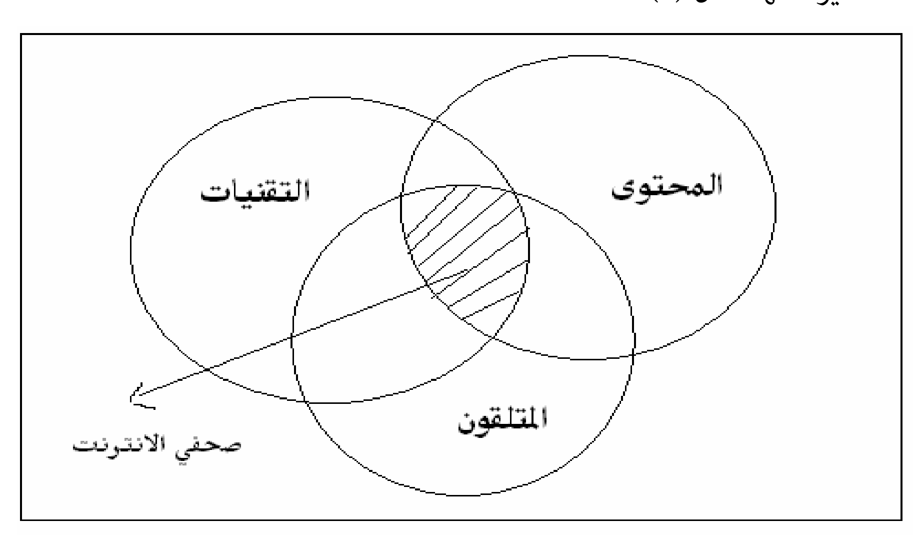
وأصبحت دوائر القرار تعكس المعارف والمهارات الخاصة بالصحفي أو المحرر، والتي تتمثل في الدوائر التالية:

1- دائرة المحتوى: النص، الوسائل الصوتية، الصور الثابتة، الفيديو والصور المتحركة.

2- دائرة التقنيات: الإنتاج (الاستخدام والتوظيف- الإثراء بمصادر المعلومات الإلكترونية- الاتصال بغرف الأخبار)، التوصيل والإتاحة.

3- دائرة القارئ أو المستخدم: التجول، التفاعل، الاتصال، المشاركة.

ويقع المحرر أو الصحفي في منطقة اللقاء بين الحاجات والتأثيرات الخاصة بهذه الدوائر الثلاثة كما يوضحها شكل (9)[16].



شكل (9) يوضح المهارات المتعددة للقائم بالاتصال عبر الإنترنت

واستهدف جانب من دراسة مها عبد المجيد صلاح[17] التعرف إلى أبعاد التفاعلية وأنماطها في المواقع الإعلامية محل الدراسة، واستخدمت منهج المسح، المنهج التجريبي، والمنهج المقارن. وتناولت الدراسة عدة مفاهيم، ومؤشرات، وتوصلت إلى أن الدور الإعلامي التقليدي في حراسة البوابة لا زال يحتفظ بأهميته ومكانته لدى الصحفيين في المواقع الإعلامية، ويقتضي اتجاه الموقع الإعلامي نحو مزيد من التفاعلية مع أفراد الجمهور إلى مزيد من التخلي عن انفراد وسيطرة محرريه على إنتاج المحتوى.

فقد لا يكون هو المتحكم الوحيد في المادة كما كان من قبل، ولكن يمكن أن يكون هو المصدر الموثوق لتقويمها والانتقاء منها وتنظيمها وعرضها في سياق شامل وتفسيرها وتحليلها، لأن الصحافة التفسيرية تؤكد على استمرارية دور حراسة البوابة.

وأشارت إلى أن معظم المواقع الإلكترونية تعتمد على عدد قليل جدًّا من المحررين، وهذا يؤدي إلى زيادة ضغط وأعباء العمل عليهم، فضلاً عن "الاستسهال" أحياناً في نشر الأخبار من المصادر المختلفة دون تحريرها.

وأصبح صحفيو الإنترنت يبحثون بأنفسهم عن المعلومات بعد أن كانوا يعتمدون على مساعديهم في توفير المعلومات التكميلية، وتعاظم دورهم في تحول المعلومات من الندرة إلى التخمة. كما أصبح مطلوباً منهم عدد من المهارات التحريرية وإنتاج الوسائط المتعددة وتوظيفها في المحتوى، فضلاً عن مهارة إدارة الحوار والتواصل مع الجماعات الافتراضية. وأوضحت الدراسة أن هناك عدداً من الوظائف التي استحدثتها الوسيلة الجديدة في صالات التحرير الإلكترونية.

وكانت دراسة محمد بن سليمان الصبيحي[18] قد ناقشت العلاقة الوظيفية بين القائم بالاتصال والجمهور، حيث يرى الباحث أن العلاقة الوظيفية بين القائم بالاتصال في وسائل الإعلام السعودية المحلية والجمهور السعودي ضعيفة، وغير متوافقة، وأن القائم بالاتصال قد لا يسعى لدعم تصوراته عن الجمهور واحتياجاتهم بصورة موضوعية تفيد من القنوات الاتصالية المتاحة بصورة فعالة؛ مما جعله يعتمد في

تحديد الوظائف الإعلامية على مصادر ذات مصالح قد تتعارض واحتياجات الجمهور، أو تفتقد الموضوعية والواقعية في تفسير احتياجاتهم، وذلك لاعتماده، كما دلت على ذلك عدد من الدراسات السابقة، على معلومات افتراضية في أكثر الأحوال عن جمهوره، إضافة إلى أن الوسيلة الإعلامية ذاتها التي يعمل بها قد تفرض عليه سياستها الإعلامية وظائف إعلامية لا تأخذ بعين الاعتبار مصالح الجمهور، وهذا يعني خللاً وظيفيًّا في الأداء الإعلامي بين أهم عنصرين في العملية الاتصالية.

وركزت دراسة أحمد علي الشعراوي[19] على مدى تأثر فن التحرير الصحفي بمنافسة وسائل الإعلام الإلكترونية، وأكدت تطور محرر الإنترنت بفضل إمكانات الكمبيوتر وفضاء الإنترنت، كما أكدت الدراسة أن بعض محرري الصحف المطبوعة انتقلوا للعمل في المواقع الإلكترونية نظرًا لارتفاع الأجور بها، وسهولة عملها.

دراسة منار فتحي محمد رزق[20] تكمن مشكلتها البحثية في الكشف عن الأسباب الحقيقية وراء نجاح الموقع وتفوقه على سائر المواقع، وتأثير تلك العوامل على جودة الموقع، كما يدركها المستخدمون والمصممون والباحثون.

واستخدمت الدراسة عدة أدوات، منها: المقابلة البؤرية المركزة، تحليل الشكل، برامج الحاسب الآلي، اختبار يسر الاستخدام، تحليل المهام، استمارة الاستبيان، التحليل الإحصائي. وقامت الباحثة بدراسة القائمين بالاتصال من التقنيين والمصممين والمطورين، وخرجت بعدة مؤشرات:

1- أغلب المسؤولين عن المواقع من الشباب دون الثلاثين، لأنهم الأكثر خبرة بالتقنيات الحديثة.
2- اعتماد المسؤولين عن المواقع على إحصائيات جوجل التي تمدهم بمعلومات عن مستخدمي الموقع والصفحات التي يشاهدونها والبلاد التي ينتمون إليها، ومتوسط زمن الزيارة، وغيرها من المعلومات الدقيقة، وعدم اعتمادهم على بيانات أليكسا.

3- تباينت معرفة المسؤول عن الموقع بطبيعة الجمهور، فكانت دقيقة في مواقع اليوم السابع والشروق والمصري اليوم، بل إن بعضهم أعطى بعض المعلومات التفصيلية، في حين كانت إجابات موقعي الأهرام والوفد انطباعية غير محددة.

واستهدفت دراسة أمنية مصطفى حامد[21] التعرف إلى الجانب الاقتصادي والإداري للمواقع الإخبارية الإلكترونية المصرية، وقد تناولت عدة مؤشرات مهمة:

1- يتحدد حجم طاقم العمل في المواقع الإخبارية الإلكترونية بعدة عوامل، تتمثل في (حجم المواقع – الميزانية – حدود انتشار الموقع: محليًا أو دوليًا).

2- غالبًا ما يعمل في المواقع الإلكترونية صغار السن دون الثلاثين عامًا.

3- أفرزت شبكة الإنترنت دورًا جديدًا للصحفي على الإنترنت يتمثل في إدارة المنتديات وجلسات النقاش الحية والمباشرة بين مستخدمي الموقع.

4- هناك نسبة كبيرة من الوقت يقضيه بعض الصحفيين في القيام ببعض المهام الإدارية.

5- يجب أن يمتلك صحفيو الإنترنت مهارات الصحافة التقليدية بالإضافة إلى مهارات التعامل مع الوسيلة الجديدة (مثل: إضافة الوصلات الفائقة – تدعيم المواد الصحفية المنشورة من خلال ملفات الصوت والصورة- المواد التفاعلية – إمكانية البحث داخل المواقع).

6- تغيرت أدوار الصحفيين مع تطور وسائل الإعلام وظهور شبكة الإنترنت، حيث لم يعد من الممكن تطبيق الدور الخاص بحراسة البوابة. ويجب الأخذ في الاعتبار أربع قواعد: مساعدة الجمهور على الفهم- توصيل أخبار العالم للجمهور- مساعدة الجمهور على الاطلاع على المواد التي تهمهم وترتبط بهم – مساعدة الجمهور على الحوار والنقاش.

7- مستوى الرضا الوظيفي لدى صحفيي الإنترنت أعلى من نظرائهم في الصحف الورقية.

ومن جانب آخر.. يؤثر عمل القائم بالاتصال وأداؤه مهامَّه عليه صحيًّا مع الاستخدام المتزايد للكمبيوتر في عمله، فهناك ضغوط صحية قد يتعرض لها العاملون في الإعلام الإلكتروني نظرًا لأنهم يعملون لساعات طويلة جالسين أمام شاشة كمبيوتر، وقد تناول شريف درويش اللبان[22] هذه التأثيرات الصحية، ومنها: الإصابة بالتعب المتكرر وخلل الأطراف العليا، أعراض الاستخدام الوظيفي المتزايد، مخاطر التعرض للإشعاع والمجالات الكهرومغناطيسية. وهو ما يستلزم مراعاة المؤسسة الإعلامية لاختيارات المقاعد ونوعية الأجهزة وضرورة التأمين الصحي على العاملين لاحتمال تعرضهم لأمراض ناتجة عن أعمالهم اليومية.

رابعًا: الواقع المهني للقائم بالاتصال في مصر:

تناولت دراسة هشام جعفر[23] عدة تحديات تواجه الصحافة الإلكترونية في مصر من ضمنها عدم وضوح الرؤية لدى كثير من العاملين في المجال الإعلامي والصحفي عن مفهوم الصحافة الإلكترونية وعدم التفريق بين مساحات متقاربة مع المواقع التجارية أو التي تصدر عن مؤسسات أو أشخاص، وعدم وضوح الرؤية لدى بعض القائمين على مواقع الإنترنت الصحفية حول صحفية المواقع، وربما ساعد في تكريس هذا المفهوم أن هذه المواقع تصدر من خلال شركات مساهمة لها أنشطة وأعمال مختلفة.

وناقش طارق عطية[24] في ورقته علاقة الصحف المصرية بقرائها وتوظيفها للإنترنت للوصول إليها، وخلصت إلى عدة نتائج منها:

- بدأت الصحف تفهم حقًّا أن الجمهور المصري أصبح لديه وقت أقل يريد استغلاله في استيعاب الأمور بشكل أفضل.
- اعتنق عدد كبير من الصحف وبصورة كاملة مفهوم "الحوار" الذي بات المفهوم الأبرز في العصر الرقمي، وكانت الكلمة السحرية هي "التعليقات"، وفي معظم الأوقات تجد القراء يهتمون بمعرفة رأي القراء الآخرين في القصة الصحفية أو العدد بأكمله، أكثر أحيانًا من اهتمامهم بما قد يقوله صحفيو الجريدة.

- من جهة السرعة، فـ"اليوم السابع" لها الزعامـة (وقـت إجـراء الدراسـة: 2007 – 2008م)، فهي الاختيار الأول للقراء الذين يبحثون عن الأخبار العاجلة.
- تحرص الصحف المصرية عبر مواقعها عـلى الارتبـاط والمشـاركة مـع مـوقعي فـيس بـوك وتويتر، والشبكات الاجتماعية الأخرى من أجل الوصول إلى جمهور جديد يسـتخدم هـذه الشبكات، ولكن الفيس بوك هو ملك الميديا بمصر، وأحيانا ما تستخدمه الصحف كمصـدر للمعلومات، وقام قراء الأهرام بعمل مجموعـة عـلى الفـيس بـوك يـتم مـن خلالهـا إدارة حوارات مباشرة مع نجوم التليفزيون وغيرهم من الشخصيات البارزة الأخرى.

أجرت نعايم سـعد زغلـول[25] الباحثـة في مركـز المعلومـات ودعـم اتخـاذ القـرار التـابع لرئاسة مجلس الوزراء دراسة رسـمية حـول واقـع الإنترنـت في مصر، وقـد خلصـت إلى هنـاك تحديات تواجه تقدم الإعلام الإلكتروني المصري، منها:

- أولاً: تحديات تكنولوجية، تتمثل في:

أ - ضعف البنية التحتية بتكنولوجيا المعلومات والإنترنت على مسـتوى بعـض المنـاطق في عدد من محافظات جمهورية مصر العربية.

ب- عدم الاستفادة بصورة مناسبة من بعض الآليات والتقنيات الحديثـة المسـتخدمة في مجالات الإعلام الإلكتروني.

- ثانيًا: تحديات بشرية، وتتمثل في:

أ - ارتفاع نسبة الأمية بشكل كبير في مصر، وكذلك ارتفاع نسبة الأميـة التكنولوجيـة في قطاع كبير من المتعلمين.

ب- عدم وجود كوادر بشرية مؤهلة ومدربة بالصورة الكافية للعمـل في مجـال الإعـلام الإلكتروني.

- ثالثًا: تحديات اقتصادية، وتتمثـل في ضـعف الاسـتثمار في الإعـلام الإلكـتروني بـالرغم مـن الاستثمارات الواعدة لمجالات تكنولوجيا المعلومات في القطاعات المختلفة.

- رابعًا: تحديات تشريعية وتتمثل في غياب التشريعات المنظمة للعمل الإلكتروني في مصر خاصة في قضايا القرصنة وحقوق الملكية الفكرية.
- خامسًا: تحديات مهنية وتتمثل في عدم تمتع العاملين في مجال الإعلام الإلكتروني بنفس الحقوق والمزايا ذاتها التي يتمتع بها الصحفيون والعاملون في مجال الصحافة المطبوعة، واقترحت الدراسة مواجهة ذلك بإتاحة التحاق العاملين بالإعلام الإلكتروني بنقابة الصحفيين أو إنشاء كيان نقابي خاص بهم.

كما ناقش عهدي فضلي الوضع القانوني للصحافة الإلكترونية في مصر مع الإشارة للوضع القائم في الوطن العربي، وذكر أن جمهورية مصر العربية لا تزال (وقتَ كتابته دراسته) تطبق قانون الصحافة 96 لعام 1996 على الصحافة التقليدية، ولا ينص القانون على تعريف منضبط لصحافة الشبكة الرقمية، ولا تشمل بنوده تلك الصحافة حتى اليوم.

ويرى عهدي فضلي[26] أن تعريف الصحفي طبقاً لقانون الصحافة لا يتماشى وخصوصية الإنترنت كوسيلة وطبيعة الدور الذي يقوم به القائمين بالاتصال في الإعلام الإلكتروني.

كما يرى أن هذا التجاهل القانوني لصحافة شبكة الإنترنت يجعل كل جهود الدول التي تحاول أن تطبق القوانين واللوائح والعقوبات عليها جهوداً عبثية لأنها في الحقيقة تطارد الهواء، وهي أيضا بمحاولتها منع بعض الصحف أو معاقبة بعض أصحاب صحف الإنترنت، تصنع دعاية مجانية لهم، فبعد حجب مواقعهم أو سجنهم، يزداد الطلب على مواقعهم، وتتعزز منزلتهم الصحفية.

ثانياً: الدراسات غير العربية [27]:

تنوعت الدراسات والمقالات والأوراق البحثية غير العربية في تناول دور محرري وصحفيي الإنترنت في غرف الأخبار والمواقع الإلكترونية بصفة عامة، وغطى بعضها

الجانب المهاري وعالجت أخرى التطور اللاحق بدور حارس البوابة ورسالته، واهتمت دراسات أخرى بطبيعة علاقة القائم بالاتصال بالجمهور.

واستفادت الباحثة بشكل محوري بالدراسات غير العربية، في الجانب النظري والتأصيلي. كما استفادت ببعض الدراسات في صياغة المشكلة البحثية.

ويعد Jane B. Singer[28] من أهم الباحثين المهتمين بدراسة القائم بالاتصال في الإعلام الإلكتروني، وكانت دراسته حول "الصحفي في الشبكة" مرجعًا أساسيًّا في تناول أدوار صحفيي الإنترنت، وناقشت دراسته تغير أدوار صحفي الإنترنت ودور نشر الابتكارات الحديثة على أعمالهم الصحفية عبر الإنترنت، والتهديدات التي تواجه حارس البوابة في البيئة الاتصالية الجديدة، والتغييرات التي طرأت على احتياجات الجمهور، والتي ينبغي أن يضعها القائم بالاتصال في اعتباره أثناء اتخاذه القرارات التحريرية.

وقدم Jane B. Singer[29] دراسة حول تغير نمط حراسة البوابة على الإنترنت. وتؤكد الدراسة على تحول دور حراسة البوابة ووجوب فهم الصحفي هذا التطور ومجاراته أثناء عمله على الشبكة، وضرورة أن يحافظ الصحفي على الثقة مع زوار موقعه، وأن يتيح لهم المعلومات التي تجعلهم قادرين على الحكم الذاتي وتكوين وجهة نظر شخصية حول الأحداث دون وصاية من القائم بالاتصال. كما ناقش ضرورة الحفاظ على الأخلاقيات المهنية وقيم الموضوعية والاستقلالية والتوازن في معالجة الأخبار.

وأجريت دراسة C. Max Magee[30] حول أدوار ومهارات الصحفيين في غرف الأخبار الإلكترونية. وحاولت الدراسة التعرف على آراء المحررين والمديرين في المواقع الإلكترونية الإخبارية على مهارات القائمين بالاتصال فيها.

وأشارت النتائج إلى أن الخدمة الإخبارية على الإنترنت تتطلب روح العمل الجماعي والعمل تحت ضغط الوقت، ومن أهم المهارات التي يجب أن تكون متوفرة في العمل الإخباري على الإنترنت هو مهارات التحرير الإلكتروني، ففي بعض الحالات تكون مهارات الكتابة والتحرير أهم من المهارات التكنولوجية.

ويرى المبحوثون أن تعلم التكنولوجيا مهم في إكساب الأخبار الحيوية، ولكن الجانب التقني ليس هو المميز للعمل الإخباري على الإنترنت.

وأظهرت الدراسة انخفاضًا في نسبة الاهتمام بالمهارات التكنولوجية في إنتاج الفيديو والصوت وتحرير الصور.

ويلفت روبرت نايلز[31] إلى أن أكبر ضغط يواجهه صحفيو الإنترنت هو الأخبار العاجلة، وحاول من خلال متابعة خبر موت مطرب البوب الشهير مايكل جاكسون أن يؤكد أهمية السبق في نشر الأخبار على الإنترنت، في ظل بيئة تنافسية شديدة وتعاظم أدوار الشبكات الاجتماعية في سرقة السبق الصحفي.

وقال إن الخبر ظهر أول مرة قبل أي تأكيدات على موقع أمريكا أون لاين (موقع القيل والقال والشائعات) ثم انتشر كالنار في الهشيم على تويتر، فلا أحد ينتظر - قبل إعادة النشر على تويتر - ليتأكد من صحة الخبر من عدمه.

هذا في الوقت الذي تأخرت فيه الصحف الإلكترونية في النشر، وعندما نشرت الخبر اعتمدت على البريد الإلكتروني في بث الموضوع كخبر عاجل، وهو ما يعتقد الكاتب بأنه خطأ ويجب إعادة النظر في تعامل الصحف الإلكترونية مع الأخبار العاجلة، والاعتماد على أدوات الوصول للناس مثل تويتر، وأن يتقاعد البريد الإلكتروني في هذه المهام.

وتبلورت ورقة Steve Paulussen[32] حول القيود/الهياكل التنظيمية على الصحافة التعاونية بغرف الأخبار البلجيكية. وأشارت إلى أن الصحفيين لا يزالون يقاومون فكرة الانفتاح على المحتوى المنتج من المواطن، لأنهم اعتادوا احتكار الممارسة المهنية والتأثير في الممارسة الديمقراطية، وأن دور حارس البوابة يسيطر أحيانا على القائم بالاتصال ويقصيه عن استيعاب هذا النوع الجديد من الصحافة الذي فرض نفسه في عدة أحداث عالمية.

وأظهرت النتائج أنه رغم هذا الحذر والرفض المبدئي إلا أنه أصبح هناك وعيٌ متزايدٌ بأهمية التفاعل واستيعاب صحافة المواطن. وهناك عدد من المبادرات في غرف الأخبار للاستفادة من هذا المحتوى وتعزيزه.

ورأي الصحفيون أن التفاعلية هي السمة الحاسمة لعملهم، ويعتقد الباحث أن دور حراسة البوابة لازال مسيطرًا على أفكار صحفيي الإنترنت وأنهم يرونها جزءًا من عتادهم الأساسي والفارق بين المهنيين والهواة.

وتناول وارين ليرود[33] علاقة الصحف بجمهورها من خلال مواقعها على الإنترنت، واستحضر تجربة جريدة "سويكسمان ريفيو" التي توزع في شرق واشنطن، ولها تجربة مميزة في تفاعل المحررين مع القراء، ومن محاور هذه التجربة:

- يقوم المحررون عبر الإنترنت بعقد اجتماع صباحي عن طريق الفيديو، وهو اجتماع مفتوح، بوسع الجميع متابعته، ويحضر المحررون بشخوصهم أو بمشاركتهم عبر الإنترنت، ويحضر مواطنان أو ثلاثة كل أسبوع للمشاركة في الاجتماع ونقد الأداء التحريري.
- يشارك خمسة من محرري الجريدة في مدونة اسمها "اسأل المحرر" Ask the Editor عن الأخبار، قرارات التغطية الصحفية، ومجريات القصص الصحفية.
- يقوم أحد المواطنين بكتابة ملخص يومي لأخبار اجتماعي الصباح وبعد الظهيرة ونشره على الإنترنت، باعتباره ملخصًا يوميًّا للقراء يلقي الضوء على القصص الرئيسية التي يجري العمل عليها أثناء النهار.
- يقوم خمسة مدونين من المواطنين يمثلون قطاعًا عرضيًّا من الآراء السياسية والاجتماعية بانتقاد الصحيفة يوميًّا في تحقيق يسمى "الأخبار نوع من المحادثة"، ويمكن لأعضاء فريق العمل في الجريدة الرد على انتقادات المواطنين.

وتتناول ورقة Mindy McAdams[34] إرشادات لمحرر الإنترنت حول كيفية إتقان

التعامل مع الوسائط المتعددة، وتدعوه إلى التجريب وتنمية المهارات وعدم الوقوف عند الكتابة النصية لصناعة محتوى متكامل لا يقل حيوية عن صحافة المواطن بل يتميز عليها، والتي عنونها في: متابعة المدونات ونشرات RSS، البدء في التدوين وإنشاء مدونة، شراء مسجل ومشغل أغانٍ، التمرن على تحرير الملفات الصوتية، الاستماع إلى المحطات الإذاعية، نشر حوار أو بث إذاعي على مدونتك، التقاط الصور، تعلم مهارات تحرير والتعامل مع الصور، نشر الصور على مدونتك، تعلم كيفية قطع الصور لمقاطع صوتية، حكاية قصة خبرية باستخدام الصور والصوت، تعلم كيفية تصوير الفيديو، تحرير الفيديو باستخدام أحد برنامجي: I Movie أو Windows Movie Maker، نشر الفيديو على المدونة، المتابعة الدائمة وتحديث المهارات وتنميتها.

ورصد أحد الاستطلاعات(35) الخاصة بمركز بيو للتميز في الصحافة آراء صحفيي الإنترنت حول مستقبل الصحافة على الإنترنت وتصوراتهم حول اقتصادياتها، وكشف الاستطلاع على أن 57% من العينة يرون أن الإنترنت أثرت على القيم الصحفية، 43% منهم يثقون إلى حد ما بتنامي اقتصاديات الصحافة الإلكترونية، ويعتقدون بنسبة 37% أن الإعلان هو العائل الأول للصحافة الإلكترونية مستقبلاً.

أجرى(36) Thorsten Quandt مسحًا على 461 من صحفيي الإنترنت الألمان عام 2002، لمعرفة تركيبتهم السكانية وظروف عملهم، مدى رضاهم الوظيفي، العوامل الهيكلية والاقتصادية المؤثرة عليهم، وتوصلت الدراسة إلى أن الضغوط الاقتصادية هي أكبر تحدٍّ يواجه صحفيي الإنترنت الألمان في ذلك الحين.

ووجدت الدراسة أن متوسط عمر صحفي الإنترنت الألماني 35 سنة، ولديه شهادة جامعية، ويقوم بتحديث الموقع عدة مرات في الساعة أو على الأقل عدة مرات في اليوم بنسبة 61.7%، ولم يؤثر هذا الضغط في العمل على معدل الرضا الوظيفي حيث أن أكثر من 90% راضون عن وظائفهم بدرجات متفاوتة.

كما أظهرت النتائج أن الصحفيين يرون أن "السرعة" هي أكبر عامل ضغط

عليهم، وفي نفس الوقت أهم عوامل نجاح الصحافة الإلكترونية ثم عامل "التفاعل".

وتشير دراسة Jo Bardoel وMark Deuze(37) إلى أن مفهوم "التقارب" لا يقتصر فقط على التقارب بين وسائل الإعلام المختلفة، بل يتعداها ليعكس طبيعة الدور الذي ينبغي أن يلعبه المهنيون على الإنترنت في التقارب بين المهارات القديمة (القيم المهنية) وتلك الحديثة في العمل المهني.

وهذا يعيد صياغة الصحافة، ويخلق نوعًا جديدًا من "الصحافة الشبكية" يناسب القرن الحادي والعشرين، ويتسم بالنزاهة ويعد حجر الزاوية في الديمقراطيات المعاصرة.

وترى الدراسة أن تحديات التطورات التكنولوجية لا تمثل عبئاً على الصحافة، ولم تتسبب في أزمتها المعاصرة، وإنما تكمن الأزمة في تصورات الصحفيين تجاه عملهم المهني في ضوء المتغيرات الحديثة.

مؤشرات مسح التراث العلمي:

تشير الدراسات السابقة إلى الدور الجوهري الذي يلعبه القائم بالاتصال في الاتصال على الإنترنت، كما تعول عليه في تحقيق مقاصد الاتصال والارتقاء بمهاراته من خلال التفاعل مع الجمهور واكتساب المهارات التكنولوجية اللازمة في تحرير النصوص وإنتاج الوسائط المتعددة والوصول للجمهور عبر قنوات التواصل الاجتماعي المتنوعة.

وتؤكد الدراسات استمرار دور حراسة البوابة على الإنترنت بمستويات متفاوتة، ولكن تراخت قبضة الحراسة على الإنترنت لخصائص الوسيلة وتبدل خصائص الجمهور.

وأكدت الدراسات السابقة تأثير عدة عوامل على حارس البوابة منها العوامل الذاتية، والسرعة، ولكنها تحررت من ضغوط المساحة، كما تناقص عدد الحراس والبوابات.

وخلصت الدراسات التي تناولت الواقع المصري إلى أن هناك تحديات تواجه

العمل الإعلامي على الإنترنت في مصر منها الضغوط الاقتصادية وتأهيل الكوادر البشرية وتطوير البنية التحتية وإصدار تشريعات وقوانين تحمي وتنظم العمل المهني على الإنترنت.

الدراسة الاستطلاعية:

قامت الباحثة بمقابلة عدد من القائمين على إدارة المواقع المصرية الإلكترونية الستة محل الدراسة، وذلك في بداية الدراسة قبل أن تحدث التطورات الكبيرة والجذرية للمواقع عينة الدراسة، وهو ما ساهم في نضج البحث، ومتابعة مراحل تطور المواقع وتحولها في ظل العوامل المؤثرة على العمل الإعلامي الإلكتروني بمصر.

ومن أهم هذه التغييرات الجذرية تغير مسار مشروع شبكة إسلام أون لاين.نت، عقب حدوث الأزمة الشهيرة في مارس 2010م، بعد خلاف فريق العمل بمصر مع الإدارة بقطر والذي تصاعد إلى حد تصفية مشروع العمل من مصر، وإعادة بث الموقع من قطر برؤية تحريرية جديدة، ولكن بكفاءة وإنتاج وحضور على الشبكة لا تقارن بما كان قبل الأزمة.

وقام عددٌ من أبرز العاملين في شبكة إسلام أون لاين بإنشاء جمعية "مدى" الأهلية وأطلقوا منها موقعًا جديدًا، يدعى "أون إسلام onislam.net" على نفس نهج السياسة القديمة لشبكة إسلام أون لاين[38]. ولكن الموقع الجديد، ككثير من المشروعات المماثلة، تأثر بالوضع الاقتصادي المصري، وهو لا يزال الآن في أزمة البحث عن تمويل، وقد طالب القائمون عليه الزوار في أكثر من موضع بإنقاذ الموقع ودعم رسالته من خلال التبرع له والمساهمة في رعاية الرسالة الإعلامية.

لذلك، سيتم الإبقاء على إدراج مقابلة أحد مسؤولي التحرير في الموقع القديم لشبكة إسلام أون لاين، خاصة وأنه ضمن الفريق الجديد في "أون إسلام" لرصد هذه التجربة في منحنياتها المختلفة.

كما أن تجربة موقع الأهرام قد تطورت إلى منحنى آخر؛ حيث ظل الموقع كما هو كنوع

من النشر الإلكتروني لجريدة الأهرام، ولكن تم - في نهاية عام 2010م - إطلاق "بوابة الأهـرام الإلكترونية" من أجل التنافس على الإنترنت بأدواته، وهو محل عناية هذه الدراسة الميدانية.

وقامت الباحثـة بمقابلـة مسـئولي التحريـر في المواقـع[39]: إسـلام أون لايـن – مصراوي - إخوان أون لاين – محيط – موقع الأهرام – المصريون؛ للتعرف إلى سمات ومهارات والعوامل المؤثرة على العاملين في المواقع عينة الدراسة. وخرجت المقابلات بالنتائج التالية:

أولاً: لا يوجد - على وجه الإطلاق - تنظيم حكومي معين لإنشاء المواقع المصرية. وغالبـاً ما يتم التنظيم قانونيًّا تحت مظلة تأسيس شركة ذات أنشـطة إعلاميـة، ويختلـف الأمـر مـن موقع لآخر:

- إسلام أون لاين: رغم أن فكرة الإنشاء جاءت من طالبـة قطريـة، وسـعي مؤسسـة خيريـة قطرية إلى تدشين موقع إسلامي عالمي، إلا أن رخـص العمالـة المصريـة، وتـوافر الكفـاءات المتنوعة على أرض مصر دفعت إلى جعل الموقع عالمي الرسالة، ترتكز إدارته في دولة قطر، ولكـن ورشـة عملـه والقـائمين بإنتـاج المحتـوى تتمركـز داخـل مصر؛ فـتم تأسـيس شركـة استثمارية قطرية لها فرع في مصر.
- مصراوي: في البداية قام ثلاثة شباب بإطلاق موقع مصراوي على أنه موقع ترفيهي في ظـل غياب التنظيم الحكومي لإطلاق المواقع الإلكترونية وتنظـيم طريقـة عملهـا، وبعـد نجـاح الموقع المصري الأول على الويب، قام مالكو الموقع بإنشاء شركـة لتوسـيع الموقـع، وإضـفاء الشرعية على الأنشطة التجارية للموقع.

ويرى مدير تحرير مصراوي أن المواقع المصرية لا تدخل ضمن التنظيم الحكـومي اللـــهم إلا المواقع الرسمية التي تعبر عـن الحكومـة والمؤسسـات الرسـمية في مصر، ولكـن هنـاك اتجاهًا لتنظيم إطلاق المواقع في مصر، فقد صرح مسـئول مصري عـن مـدى أهميـة هـذا التنظيم لحماية مصر من إطلاق المواقع الإرهابية المتطرفة.

- إخوان أون لاين: تم إطلاق موقع إخوان أون لاين بعد سلسلة من الإرهاصات، التي تدل على الصعوبات التي واجهت القائمين على الموقع في البحث عن شرعية حكومية، جاءت الفكرة في عام 2000، مع تعدد المواقع التي أنشأها المرشحون الإخوان للدعاية في مجلس الشعب، ففكر شباب الإخوان في ابتكار وسيلة جديدة للدعاية للجماعة، وتم إنشاء موقع باسم (إيجيبت فاكتس) مع نهاية 2001، حتى منتصف 2002. ثم تم تحويل إيجيبت فاكتس من موقع للأنشطة البرلمانية إلى وكالة أنباء مصغرة للإخوان تعرض أخبار الجماعة ومكتب الإرشاد. وتم تصميم الموقع الجديد "إخوان أون لاين" في نهاية 2002، وأُطلق في 2003.
- محيط: يتبع موقع محيط الشركة المتحدة للبرمجيات، وهي شركة مصرية خاضعة لقانون الاستثمار في المناطق الحرة، ورغم ذلك يسعى القائمون على موقع محيط على عدم تخطي سياسة النشر التقليدية في الصحافة الإلكترونية، حتى لا يتسبب الخروج عنها في مشاكل مع الحكومة المصرية التي بينها وبين الموقع مصالح اقتصادية.
- الأهرام: ليس هناك نوع من التنظيم، ولكن رأى القائم على إدارة الموقع أن إطلاق موقع الأهرام شيء طبيعي؛ لأن مؤسسة الأهرام من المؤسسات الصحفية القومية في مصر، والتي يحق لها بموجب القانون المصري إنشاء صحف ومجلات في إطار نشاطها الأصلي، وقد كان إنشاء الموقع تلبية ملحة لأهمية وجود "الأهرام" على الإنترنت.
- المصريون: لم تخرج جريدة المصريون الإلكترونية عن دائرة البحث عن مظلة شرعية لتنظيم عملها على شبكة الإنترنت؛ إذ خرج الموقع إلى الفضاء الإلكتروني بناء على تأسيس شركة المصريون، وهي شركة مصرية متخصصة في إنشاء مواقع الإنترنت والبرمجيات.

ثانياً: هناك معايير لاختيار العاملين في المواقع المصرية الإلكترونية، كلٌّ على حسب الاحتياجات التحريرية والتقنية:

يغلب على اختيار العاملين في "إسلام أون لاين"، "مصراوي"، "محيط" عامل الكفاءة والخبرة وإجادة الكمبيوتر وتصفح الإنترنت، ويفضل الإلمام بالإنجليزية، وتشترط اللغة بالطبع في الترجمة.

فليس بإمكان المواقع تعيين من لم يتعلموا بعد أسس التعامل مع الكمبيوتر، ولا تشترط مؤهلات معينة في الموقع سواء في الجانب التحريري أو التقني، كل ما يهم بالأساس قدرة العامل بالموقع على أداء المهام المنوطة به.

ولكن يتدخل "أحياناً" عامل آخر بجانب "المهنية" في اختيار العاملين في موقع إخوان أون لاين، وهو عامل الانتماء لتنظيم الإخوان المسلمين، ولذلك لسببين: أهمية الانتماء في تقديم إعلام دعائي، وأنه لا يقبل العمل بالموقع عادة إلا من المحبين للإخوان.

وفي موقع جريدة "الأهرام" يعمل – وقتذاك- عدد من الصحفيين العاملين بمؤسسة الأهرام، ولكن لهم بعض الخبرة الإلكترونية التي يقومون من خلالها باختيار أهم ما تم إنتاجه في جريدة الأهرام الورقية، من نسخة ديجيتال بعد الجمع والتحرير والمراجعة، ونشرها إلكترونيًا على الموقع دون أي تعديلات تحريرية، ولكن باستخدام بعض التجهيزات الفنية بمساعدة العاملين بشبكة الإنترنت في مؤسسة الأهرام.

أما عن موقع "المصريون"، فيرى رئيس تحريره أن عامل الخبرة الصحفية في الصحف المصرية الورقية أهم ما يدعوه إلى اختيار الصحفيين العاملين معه، إذ يعتبر موقعه "جورنال يومي" يصدر على الإنترنت للاستفادة من زهد تكاليف إصدار موقع على الإنترنت، وعامل الحرية المتاح على الشبكة.

ونلاحظ أن إنتاج المواقع الإلكترونية يقوم على كاهل كلٍّ من العاملين المعينين بالموقع، وشبكة من الكتاب والمراسلين الذين يختلف عددهم من موقع لآخر. وتنطبق الشروط المطلوبة في اختيار العاملين المعينين، ولكن الكتاب والمراسلين غير مطلوب فيهم سوى إنجاز ما يطلب منهم فقط، حتى إن أغلبهم في موقع مثل "إخوان أون لاين" يقدمون المادة مكتوبة على ورق "دَشْت"، بخلاف العاملين في الموقع الذين تحولت حياتهم إلي نظم عمل إلكترونية.

ثالثاً: يخضع العاملون إلى قانون العمل المصري في التدريب بأجر لفترة، ثم التعيين، والتأمين الصحي والاجتماعي، نظرا لعدم وجود نقابة ينضم إليها العاملون في المواقع المصرية الإلكترونية بعد.

رابعاً: يختلف عدد العاملين في المواقع المصرية وطبيعة عملهم بحسب احتياجات الموقع، وطبيعة المحتوى والخدمات التي يقدمها، وكلما اتجه الموقع إلى التنظيم المؤسسي زاد عدد العاملين به:

ففي موقع "إسلام أون لاين" كان يوجد 179 موظفاً تابعين للموقع الذي يتبع شركة "ميديا إنترناشيونال"، بخلاف عدد كبير من المراسلين في دول العالم المختلفة، وعدد من مكاتب التمثيل التابعة للموقع في عدد من الدول.

ويشمل هذا العدد الكبير العاملين بالمحتوى والإدارة التنفيذية والتسويق. منهم 36 عاملاً في المحتوى الإنجليزي، و39 في المحتوى العربي؛ إذ يصدر الموقع باللغتين العربية والإنجليزية.

ويعمل في الموقع كلٌّ من التنويعات التالية: تحرير، مراجعة لغوية، تحميل، مالتي ميديا، ومراقبة ساحات الحوار. كما توجد عدة وحدات تابعة للموقع وتخدم على أنشطته التحريرية وهي وحدة المعلومات (المعنية بالأرشفة)، ووحدة البحوث والتطوير.

ورفض مدير تحرير محتوى موقع "مصراوي" تحديد عدد العاملين بالموقع، ولكنه أشار للتصنيفات المهنية داخل الموقع: فريق لاختيار النغمات واللوجوهات، قسم خاص بالمحتوى التحريري (أخبار، فن، سياسة، ديسك)، فريق تقني، وأخيراً: قسم إداري.

ويوجد 16 عاملاً بموقع "إخوان أون لاين" يعملون بانتظام في الموقع، بخلاف ما يقرب من 44 متعاقداً بالقطعة وكشوف الإنتاج؛ كما هو متعارف عليه في الصحف الورقية بمصر.

كما تساهم اللجنة الإعلامية لجماعة الإخوان المسلمين (المنتشرةِ فروعُها وأذرعُها

في جميع أنحاء الجمهورية) في إنتاج المحتوى الإعلامي للموقع، إذ يتطوع الكثير من التابعين للإخوان بتوصيل المعلومات التي يرون أهمية نشرها لصالح الجماعة عن طريق وسائل التواصل المختلفة بالموقع والجماعة (بريد إلكتروني – فاكس – الإملاء بالهاتف). مع ضرورة الإشارة إلى أن هؤلاء لا يتقاضون من الموقع مقابلاً ماديًّا لهذه الجهود.

وفي "محيط" يوجد ما يقرب من 50 فردًا يعملون في إدارة التحرير، و10 فنيين يعملون في إنتاج الصور، الإخراج، الجرافيك.

ويقتصر العدد في موقع "الأهرام" على 10 تقنيين، 6 مدخلي بيانات، 6 صحفيين – من مؤسسة الأهرام - يقومون باختيار المادة من الصحيفة الورقية للأهرام.

ويتقلص العدد في "المصريون" إلى مبرمج، مصمم، مدخل بيانات، ومحررين اثنين لمتابعة الأخبار، ومحررين اثنين في (ديسك) الموقع من ذوي الخبرة والكفاءة الصحفية. ويتعاقد الموقع مع شركة إنترنت لمتابعة الدعم الفني للموقع، كما يتعامل مع عدد من الصحفيين بنظام القطعة.

خامساً: غلبة المؤسسية على إنشاء المواقع الإلكترونية – محل الدراسة- تجعل هناك ضوابط معينة في تنظيم العمل، فمثلا هناك ضوابط للعمل في مواعيد محددة كما في مواقع "إسلام أون لاين"، "مصراوي"، "محيط"، "إخوان أون لاين". إذ يستلزم العمل في موقع إلكتروني متابعة تقنية على مدار الساعة من خلال نظام "الشيفت"، ولو تواجدت ساحات الحوار والدردشة فإن هذا أيضاً يتطلب الرقابة 24 ساعة.

ولكن في موقع "المصريون" لا توجد أي مواعيد للعمل، وإنما يرتبط إنجاز العمل بتسليم المادة قبل وقت النشر (تحديث يومي قبل منتصف الليل). وفي "الأهرام"؛ يؤدي كلٌّ من المحررين والتقنيين عملهم في ساعات محددة بالتناوب بعد العمل في إصداراتهم الورقية بمؤسسة الأهرام.

سادساً: لا يوجد تنظيم نقابي تتبعه المواقع المصرية الإلكترونية، والانتماءات

النقابية للعاملين في المواقع الإلكترونية هي انتماءات فردية ليس لها علاقة بطبيعة العمل الإلكتروني (نقابة الصحفيين، التجاريين، المهندسين، المحاميين.. كلٌّ حسب تخصصه).

لم تعترف الحكومة المصرية بعد بالصحافة الإلكترونية، وكانت هناك محاولات لإنشاء شعبة للصحفيين الإلكترونيين بنقابة الصحفيين، ولكن الجهود في هذا المسعى ذهبت – حتى الآن - سُدًى، ولم تسفر عن نتائج بعد!

وهناك محاولة أخرى لإنشاء نقابة خاصة بالعاملين في المواقع الإلكترونية على مستوى العالم، وتشرف عليها الأمم المتحدة، وقد تم وضع الخطوات التأسيسية لها بحيث تشمل كل من لهم صلة بإنتاج المواقع الإلكترونية من محررين، وفنيين، ومصورين، وإداريين. ولكن توقفت هذه المحاولة أيضاً، ولم ترَ النور.

ويرى القائمون على المواقع عينة الدراسة أن المستقبل المهني للعاملين في المواقع الإلكترونية، مرهون بمستقبل الصحافة الإلكترونية والتنظيم الحكومي لها في مصر. ولكن كان القائم على تحرير "إسلام أون لاين" الأكثر تفاؤلاً؛ إذ رأى أن المستقبل للصحافة الإلكترونية.

في الوقت الذي رأي فيه مدير تحرير "مصراوي" أن العاملين في المواقع المصرية إن لم يجدوا ارتقاء مهنيًّا أو ماديًّا في هذه الوسيلة؛ فلن يترددوا في العمل بوسيلة أخرى تكفل لهم مستقبلاً أفضل.

سابعاً: يتعرض العاملون في المواقع المصرية الإلكترونية لوسيلة الإنترنت في المقام الأول، ثم الصحف والفضائيات، وأخيراً الراديو.. كلٌّ على حسب ميوله الشخصية، ولكن يتضح أن المتابعات للوسيلة ذاتها هو الأمر الأرجح.

ثامناً: يتعامل العديد من العاملين في المواقع المصرية، وبخاصة من غير العاملين بنظام كل الوقت full time، في أكثر من عمل نظراً لضغوط الحياة والرغبة في تحسين المستوى المعيشي.

تاسعاً: هناك مجموعة من الضغوط التي يتعرض لها العاملون في المواقع المصرية

الإلكترونية؛ رآها القائمون على المواقع عينة الدراسة:

1- عدم اعتراف الدولة بالعمل الإعلامي الإلكتروني، بما يترتب عليه من إحساس بعدم استقرار العمل في المواقع الإلكترونية.

2- عدم الانتشار الكافي لثقافة الإنترنت في المجتمع المصري، مما يقلل من التقدير المعنوي الذي يحظى به جهد العاملين في المواقع الإلكترونية.

3- تأخر البنية التحتية للإنترنت في مصر عن الغرب، مما يعوق تطور المحتوى.

4- صعوبة الموازنة بين الربح والتطوير في المحتوى، إذ أن هناك مواقع مثل مصراوي يكون تركيز القائمين على الموقع (التابع لشركة تجارية) في إنتاج ما يزيد الربح من خدمات ليس لها علاقة بالمضمون التحريري الذي يضغط فيه العاملون بالتحرير من أجل تطويره وإنتاجه، بدلاً من التركيز على إعادة إنتاج المواد التحريرية والإعلامية من مواقع ووكالات أنباء؛ خاصة وأن مجال الإعلانات على الإنترنت لا يزال حديثاً على مستوى الخبرة الإعلانية المصرية.

عاشراً: هناك مميزات للقائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية تميزه عن نظيره في أي وسيلة أخرى:

1- التعامل مع التقنية الحديثة.

2- التفاعلية.

3- حرية التناول دون رقابة حكومية، وهذا له تأثير في المصداقية.

4- سرعة إيقاع العمل.

5- القدرة على تقديم المحتوى في أكثر من قالب (متن - صوت – فيديو)، ففي متناول القائم الاتصال إمكانات الإنترنت التي تجمع بين أدوات الوسائل الأخرى.

6- تعدد مصادر المعلومات المتاحة لديه.

حاديَ عشر: تختلف وسائل تواصل القائم بالاتصال مع الجمهور من موقع لآخر حسب إمكانات الموقع التكنولوجية:

في "إسلام أون لاين": بريد الموقع" web master"- بريد كل صفحة – ساحة الحوار- الحوارات والفتاوى المباشرة – الخط الاستشاري - خدمة سجل الزائرين – التصويت.

وفي "مصراوي": مسابقات على الموقع- بريد الموقع "contact us"- الفتاوى- دردشة – ساحات الحوار- بلوغرز – تعليق على الأخبار – التصويت).

وفي "محيط": بريد "رسالة إلى المحرر"، بريد عام للموقع.

واقتصر الأمر في "إخوان أون لاين" على بريد الموقع.

وفي "المصريون" على (بريد الموقع) ومنه تُختار أفضل رسالة ويتم نشرها.

أما في موقع "الأهرام"؛ فقد كانت وسيلة التواصل منعدمةً وقت إجراء هذه الدراسة.

ثانيَ عشر: لا يكتفي عمل الموقع على مستوى الإنتاج، ولكن هناك عمليتان هامتان من أجل تأمين وحفظ العمل الإلكتروني وهما: "التأمين ضد الهاكرز" و"الأرشفة". إذ تصل عدد محاولات الانتهاك في موقع إسلام أون لاين إلى 250 محاولة يوميًّا، وفي الأهرام 10 مرات يوميًّا.

ثالثَ عشر: يتم تقويم العمل في المواقع عينة الدراسة من خلال اجتماعات أسبوعية أو شهرية – حسب احتياج المؤسسة – مع رؤساء الأقسام أو العاملين - بحسب توسع المؤسسة- لتقويم ما مضى، والتخطيط لما هو آت. وفي "إسلام أون لاين" و"مصراوي" يأخذ هذا التقويم والتخطيط هيكل المؤسسات الكبرى في إعداد تقارير شهرية وثلث سنوية، وسنوية عن المخططات وما تم إنجازه.

رابعَ عشر: هناك بعض المواقع عينة الدراسة التي تتعاون مع مؤسسات إعلامية أخرى، مثل بيع "المصريون" محتوى بعض المواد الإخبارية والمقالية لبعض الصحف الكويتية، وكذلك قيام "إسلام أون لاين" بإنتاج برامج لقناة الرسالة الفضائية، وبيع المحتوى لبعض المواقع الناشئة.

خامسَ عشر: ليس هناك آلية واضحة لقياس الرضا الوظيفي للعاملين داخل هذه المواقع، وإن غلبت الانطباعات الشفهية على القياس.

المدخل النظري

مدخل "حراسة البوابة" في ضوء الوسيلة الجديدة

إطلالة تاريخية - آنية

أول من طرح مفهوم حارس البوابة gatekeeper هو الطبيب النفسي الاجتماعي كارت لوين Kurt Lewin عام 1947. وكانت أطروحته لدراسة عددٍ من المتغيرات الاجتماعية في المجتمعات المحلية آنذاك[40].

وأشار بهذا المفهوم للعملية التي تسير فيها المادة الإعلامية عبر قنوات متشابكة حتى تصل إلى الجمهور، وخلال هذه القنوات تمر بعدة نقاط تكتسب فيها تصريحًا بالمرور من هذه النقاط التي تشبه حواجز التفتيش، وفي هذه النقاط يتم إصدار التصريحات، أي تقرير ما يمر وما لا يمر. وكلما ازدادت المراحل التي تمر بها المادة الإعلامية ازداد عدد هذه النقاط. وسمَّى كارت لوين هذه النقاط "بوابات"، وسمَّى الأفراد الذين يقفون عليها "حراس البوابة"[41].

واستعير هذا المفهوم في العديد من التخصصات كعلوم الاتصالات والاجتماع وعلم النفس والعلوم السياسية؛ ولكن تم تناوله بشكل خاص في الصحافة لدراسة دور المحررين كحراس[42]. ويشير مفهوم حراسة البوابة في الأدبيات التقليدية إلى "آلية الاختيار"، أما في الأدبيات المتطورة، فإنه يعني "أصحاب المصلحة"[43]، واستخدم مصطلح "حارس البوابة" لدراسة هؤلاء "المؤثرين" في تشكيل آراء واتجاهات الناس.

وتم تناول النظرية على مدار أكثر من نصف قرن لمعرفة "التسلسل الهرمي من التأثيرات"، للأسباب والأشخاص المتخذين لقرارات النشر في الصحف المطبوعة[44]. وحاولت الدراسات الحديثة مناقشة مدى صلاحية الاستعانة بهذه النظرية في فهم الأداء الإعلامي على شبكة الإنترنت.

وهذا يقتضي بداية، الإشارة السريعة إلى المتغيرات الجديدة في العمل الإعلامي على الإنترنت، واستعراض سمات العصر الرقمي، ألا وهي[45]:

1- التفاعل: وجعل المستخدم جزءًا من عملية إنتاج الأخبار.
2- تخصيص المحتوى: يمكن للمستخدم أن يختار لنفسه المحتوى الذي يناسبه، لأن الجمهور أصبح هو المتحكم في استهلاك وسائل الإعلام.
3- التشبيك النصي: من خلال توظيف الروابط التشعبية.
4- التقارب ودمج الوسائط: بما يمكن القائم بالاتصال (والجمهور أيضاً) من نشر قصة خبرية بالنص والصوت والصورة في قصة واحدة.

الجمهور يؤثر في "البوابة":

يلعب الجمهور دورًا كبيرًا في تغيير وتطوير دور القائمين بالاتصال على الإنترنت، نظرًا للقوة التي يتمتع بها في الوصول إلى مصادر متعددة من المعلومات والاختيار منها والتحكم فيما يصله من رسائل إعلامية، فضلاً عن قدرته في إنتاج محتوى إعلامي نصي ومرئي ومسموع ينافس أحياناً الإنتاج المهني في وسائل الإعلام المختلفة.

وتشير عدد من الدراسات[46] إلى أن الجمهور يؤثر على القائم بالاتصال. فلنوع الجمهور، الذي يعتقد القائم بالاتصال أنه يوجه إليه الرسالة، تأثير كبير على الطريقة التي يتم بمقتضاها اختيار المادة وتنظيمها؛ لأن وسائل الإعلام يجب أن ترضي جماهيرها، وتتطلب ظروف السوق أن تشبع وسائل الإعلام احتياجات الجمهور ومطالبه بنفس الطريقة التي يؤثر بمقتضاها الطلب في النظام الاقتصادي على الإنتاج.

إذن.. الجمهور أصبح يعرف أكثر، وغدا بحاجة إلى نوع جديد من المعاملة، ولم يعد يناسبه إطلاقا الوصاية والحجب والإملاءات، فالدور أصبح مختلفًا والمسؤولية على القائم بالاتصال عبر الإنترنت أن يتفهم طبيعة الأداء "المقبول" منه في هذا العصر، وإلا انصرف الناس ("الجمهور" سابقًا) عنه إلى مواقع أخرى لا تكلفه إلا نقرات بسيطة على لوحة المفاتيح.

وفي الوقت نفسه، يواجه الجمهور صعوبات في تقويم جودة ومصداقية المعلومات

الفياضة على شبكة الإنترنت، وهو ما يؤكد الحاجة إلى حراس بوابة محايدين، يساعدون في عملية الاختيار والتقويم لهذا الكم الهائل من المعلومات المتوافرة على الوسائل الإلكترونية[47].

ونخرج من هذه النتيجة بأن الدور "المتوقع" من القائم بالاتصال تم "تهذيبه" من الانحياز والفوقية في اتخاذ قرار إعلام الناس أو إخفاء الحقائق عنهم، مع ملاحظة أن عدد قنوات المعلومات لدى القائم بالاتصال قبل انتشار الإنترنت كانت محدودة، ولكنها الآن أصبحت لا نهائية، بدايةً من الوكالات والمواقع الإلكترونية، ونهايةً إلى المواطنين جامعي المعلومات بطرق فردية online newsgatherers[48].

وفيما يتعلق بصحافة المواطن وإنتاج الزوار، رصدت بعض الدراسات اتجاهات القائمين بالاتصال (كحراس بوابة) تجاه هذه المشاركات، ووجدت أن هناك بعض التردد تجاهها، وسعي بعض المؤسسات الإعلامية في ممارسة أدوارها التقليدية في حراسة البوابة في البيئة الإلكترونية. وأعرب بعض الصحفيين عن مخاوفهم من تأثير فتح البوابات الإلكترونية لمضامين المستخدمين على أخلاقيات المهنة وممارساتها التقليدية.

وتم تصنيف الصحفيين لثلاث فئات:

- المبدعون: وهم الصحفيون الذين يرحبون بدمج السمات التفاعلية ضمن المواقع الإخبارية.
- والأصوليون: الذين يقفون على الطرف الثاني من المتصل، وينتجون طريقة الاتصال الأحادي من طرف ما إلى عدة أطراف.
- والتقليديون الحذرون: الذين يترددون في القبول بالمستخدمين كطرف مساهم في عملية حراسة البوابة[49].

واستبدل بعض الباحثين مفهوم مراقبة البوابة gatewatching بمفهوم حراسة البوابة gatekeeping، معتبرين أن الدور الجديد المنوط بالقائم بالاتصال يرتكز على

الانتقاء مـن سـيل الأنبـاء والمـواد المتـدفق الموضـوعاتِ البـارزةَ التـي يمكـن مناقشـتها وتهـم المجتمع[50].

ويشبه باحثون آخـرون القـائم بالاتصـال في الإنترنـت بأنـه كـ "أمـين المكتبـة" ولم يعـد "حارس البوابة الصدئة"، ويعتقد هؤلاء بأن القائم بالاتصال لا يزال يتمتع بنوع من السيطرة، بحكم قدرته كـ"أمين مكتبة" على إدراج أو عدم إدراج كتب ما في المكتبـة. فلـم يعـد مفهـوم حراسة البوابة قاصرًا على عملية غربلة مجموعـة محـددة مـن القصـص الإخباريـة، بقـدر مـا يزداد التركيز على عمليات الانتقاء من جهـة، وعمليـات التقـويم مـن جهـة ثانيـة، وعمليـات المعالجة من جهة ثالثة[51].

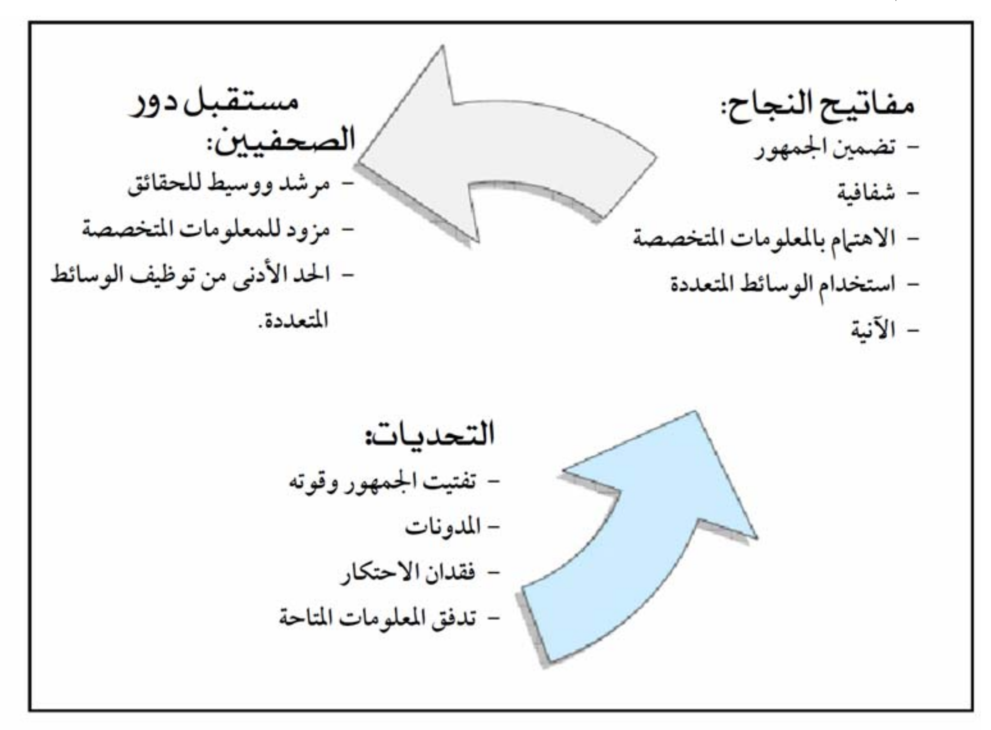
ولم تعـد تقـف عمليـات حراسـة البوابـة عنـد عمليـة اختيـار مجموعـة أخبـار معينـة واستبعاد وحذف غيرها، بـل تعـدتها إلى التركيـز أكـثر عـلى عمليـات انتقـاء المـادة الإعلاميـة وجمعها واختيارها وتحريرها وصياغتها وإعدادها وتنفيـذها وبثهـا. وتحـول الأمـر مـن دفـن المواد الإعلامية التي تهدد النظام الاجتماعي، إلى التركيز على كيفية إبراز المواد التي تدافع عن النظام الاجتماعي في مقابل غيره من الأنظمة، والتي تعمل في سـاحة إعلاميـة مفتوحـة، وبـلا حواجز[52].

وتم تطوير مدخل نظري في إطار دراسات وضع الأجندة، وهي الدراسـات التـي توضـح دور وسائل الإعلام في إبراز القضايا التي تهم الجمهور، وهو مدخل بنـاء الأجنـدة الإلكترونيـة Online Agenda-Building، ويركز هذا المدخل على مدى قدرة الجمهور في التـأثير في بنـاء الأجندة، حيث أظهرت عدة دراسات أن الصحفيين العاملين في البيئة الإلكترونيـة أكـثر إدراكًـا ومعرفة باهتمامات الجمهـور عـن الصـحفيين العـاملين في البيئـة التقليديـة، نظـرًا لتواصـلهم وتفاعلهم المستمر مع الجمهور، وأنه بمقدروهم ترجمة هذه التفضيلات في إطار سعيهم لبناء الأجندة[53].

ومما يدل على تغير دور حارس البوابة تماشـياً مـع "الزبـائن الجـدد" مـا أكدتـه دراسـة هولنديــة اســتطلعت رأي 25صـحفيًا أمريكيًـا وهولنـديًا خـبراء في الصـحافة الإلكترونيــة،

لمعرفة آرائهم في مدى تحول مهنة الصحافة على الإنترنت، وخلصت الدراسة إلى ما يلي[54]:

1- لا تزال القيم الصحفية هي نفسها مع التركيز على الاستقلالية والفورية لاجتذاب الجمهور من الذهاب للمدونات.
2- مفتاح جذب الجمهور هو الاستقلالية والموضوعية.
3- المشكلة الأكبر في القيم الصحفية هي الجمهور الذي تفتت وتعددت مصادره وتنوعت احتياجاته.
4- لا يزال الناس بحاجة إلى الصحفيين، ومن أهم أدوارهم تصفية الأخبار المتدفقة كأدلة لهم في الملاحة على الإنترنت كما هو موضح بالشكل (10) [55].



شكل (10) يوضح تغير أدوار الصحفيين
مع تغير مفهوم حراسة البوابة على الإنترنت

مستويات سيطرة القائم بالاتصال على الإنترنت:

أفضت متابعة الدراسات الحديثة في تقويم تطبيق نظرية "حراسة البوابة" على شبكة الإنترنت إلى التأكيد على صلاحية استخدامها وتطبيقها على الإعلام الجديد، ولكنها تقلصت في بعض الرسائل، وقوت شوكتها في مواطن أخرى، فيما يمكن تقسيمه إلى المستويات الرقابية التالية:

أولاً: مستوى "مراقبة البوابة" في المواقع الإخبارية:

ربما تكون الإخبارية من أكبر المشاكل التي تواجه القائمين على المواقع نظرًا لتطلبها ميزانيات أحياناً، وما يستلزمه من توفير شبكة من المراسلين الميدانين في أماكن شتى، وهو ما تتغلب عليه الكثير من المواقع بالحصول على الأخبار الأولية من وكالات الأنباء والمواقع المتخصصة، ثم استكمالها بالمصادر المتاحة، أو تقديمها بمقدمة تمهيدية تليها عدة روابط من مواقع أخرى، أو إعادة صياغة الأخبار بناء على السياسية التحريرية وتوجه الموقع، ثم نشرها مع الإشارة للمصدر.

وما يواجه القائم بالاتصال في هذه الحالة، هو أهمية وضع سياسة تحريرية يختار بناء عليها الأنباء التي تخدم موقعه، وهل يفرض عليها تحيزاته، أم أن المجال الإلكتروني لا يسمح بذلك.

وتخدم آليات معالجة المعلومات والاستعانة بالروابط أو استكمال الأخبار بالمصادر المتاحة، في معالجة التحيزات التقليدية المعروفة في نظرية حراسة البوابة، وذلك من خلال:

1- تعميق القصص الخبرية بخلفيات معلوماتية، بعد قدرة القراء على الوصول مباشرة إلى مصادر المعلومات والإطلاع عليها كاملة.

2- زيادة سرعة نشر التقارير الإخبارية منذ أصبح متاحًا إعادة نشرها بمجرد الحصول على مصدر للمعلومات على أي مكان على الإنترنت، دون الحاجة إلى انتظار صحفيين يؤطرون قصصهم أو حراس يستكملون تقويمها.

3- أصبحت عملية جمع المعلومات أكثر شفافية، ولم تمنع القراء من فحص التقرير وتتبع مصادره بأنفسهم، بل شجعتهم على القيام بذلك.

4- بالفعل يقع جامعو الأخبار أحياناً في دائرة التحيزات الشخصية، ولكن قـدرة القـراء عـلى التشاور والوصول للمصادر تقلل من تأثير تلك التحيزات عليهم.

5- لا يحتاج مراقبو البوابة إلى المهارات الصحفية المتخصصة، ولكن بدلاً من ذلك يحتـاجون إلى الحصول على مزيد من مهارات البحث على الإنترنت[56].

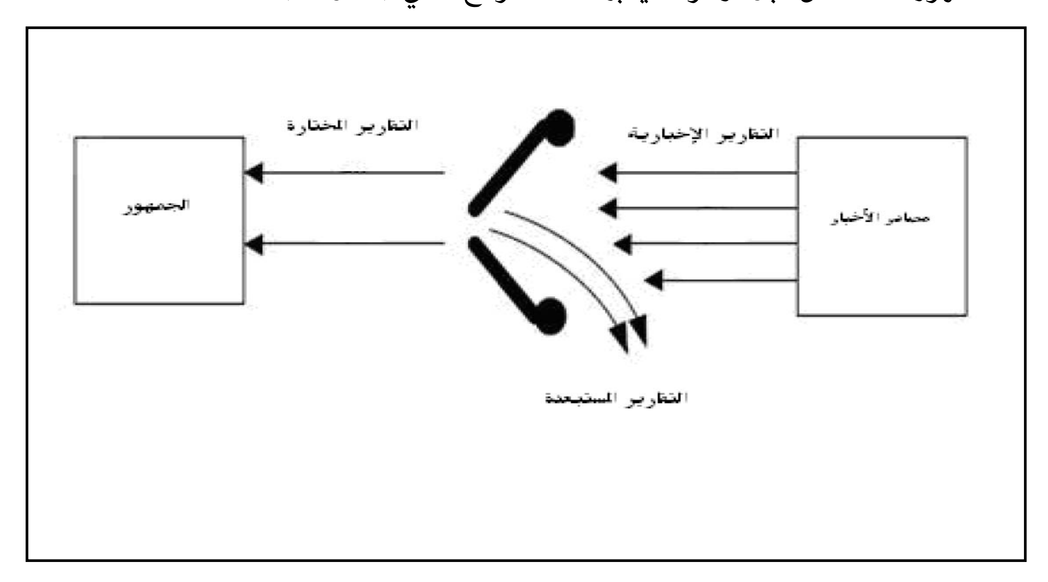
ويؤكد أهمية تلك المهارات ستيف كيس مؤسس ورئيس شركة أمريكـا أون لايـن، وهـي أكبر مزود لخدمة الإنترنت، موضحًا أن شركته لا توظف صحفيين لأن الشركـة مهتمـة "بتعبئـة وتغليف" المعلومات بدلاً من جمعها، ولذلك تقوم بتوظيف أفراد لديهم خلفيات عن وسـائل الإعلام، لأن عملهم لا يتطلب التخصص الدقيق، ولكن الأهم أن يكون لديهم معرفة متعمقـة بتفضيلات الجمهور[57].

ومن الملاحظ أنه في بداية استخدام نظرية حراسة البوابـة وتطبيقهـا في علـوم الاتصـال؛ ظهر نموذج بسيط يفيد بأن هناك ثلاثة أشياء تحدد أسباب رفض القصص الخبرية، وهي:

1- المشاعر الشخصية.

2- حدود المساحة.

3- ظهور القصة من قبل، وهو ما يعبر عنه النموذج التالي (شكل 11)[58].



شكل **(11)** يوضح كيف تتعرض القصص الخبرية للقبول والرفض

ولكن هذه الأسباب تأثرت بالبيئة المغايرة على الإنترنت، حيث تلاشت فكرة حدود المساحة، وأمكن معالجة الموضوعات التي سبق نشرها برؤى جديدة وتفاصيل أعمق، وأدى السيل المنهمر من تعليقات الجمهور إلى إعادة النظر فيما قد يبدو متحيزا أو مناقضاً للحقيقة أو صادمًا للمتعارف عليه، خاصة وأن هناك دراسات[59] تؤكد أن القائم بالاتصال المتحيز أقل تأثيرًا في المستقبلين من الموضوعي.

وبصفة عامة، تؤكد إحدى الدراسات أن سمات العصر الرقمي قد أثرت على التغطية والممارسات الصحفية الإلكترونية، ووفرت إمكانات جديدة واستلزمت مهارات، مما أثر على الصحافة التي تطورت عبر عدة محاور[60]:

1- أصبحت الأخبار أكثر مرونة وتقاربًا، زيادة في معدل تدفق الأخبار، استمرارية في التحديث، النشر متعدد الوسائط للقصة الخبرية، إثراء السياق عبر توظيف الروابط التشعبية، التي لها دور في توجيه الجمهور أحيانًا إلى تصورات معينة بتذييل بعض الخلفيات التي تعطي دلالات معينة.

2- استخدم الصحفيون أدوات جديدة في العمل، مثل محركات البحث القوية والبريد الإلكتروني، مما ممكن من خلق بيئة عمل متنقلة، وتقليل العمل من الميدان لأن كل شيء أصبح متوفراً في مكاتب العمل، وتوظيف الحوسبة لإثراء وإسراع عملية النشر.

3- لامركزية غرف الأخبار ومرونتها.

ثانياً: مستوى "الاستقبال على البوابة" في المواقع التعاونية:

تعد الإنترنت أول وسيلة اتصال جماهيرية متعددة الأغراض، فهي لا تقتصر على كونها مصدرًا للمعلومات ووسيلة ترفيهية، ولكنها أداة تفاعلية واجتماعية وبحثية[61].

وتعد المواقع التعاونية أكثر المواقع انفتاحًا لاستقطاب مشاركات الجمهور، بل تقوم عليها وتُنشأ من أجلها، وبعضها مواقع إخبارية تقوم على إنتاج صحافة المواطن.

وتعد المواقع التعاونية ركيزة مهمة لدعم عمليات المعرفة الجماعية، وخاصة الإخبـار في المجتمعات المحلية.

ورغم تراجع دور القائم بالاتصال في هـذه المواقـع، إلا أن دوره مهـم كـ"مشرف" عـلى "المستخدمين" وليس "القراء" وإرشادهم إلى ما هـو أكـثر ملائمـة لاحتياجـاتهم، للمسـاعدة في "اتخاذ القرارات الخاصة" بهم بدلاً من "التلقين من السلطة المركزية"[62].

ومن الأفضل للقائم بالاتصـال في المواقـع الإلكترونيـة أن يعـرض نفسـه باعتبـاره مـديرًا للمعلومات، أو منسقًا للمشروع[63].

ثالثاً: مستوى "مراقبة البوابة" في مواقع الصحف المطبوعة:

تم تطبيق نظرية حراسة البوابة واستنباط مستوياتها في علوم الاتصال بشكل خاص على الصحف المطبوعة، وتمت دراسة العوامل المؤثرة في اختيار وحجب المعلومات عن الجمهور.

ولكن مع حرص الصحف المطبوعة على إطلاق مواقع إلكترونية تعبر عنها، خرج بعضـها ليكون نسخة رقمية من النسخة المطبوعة، وليكـون لهـا نافـذة شرعيـة في عـالم الإنترنـت، ولم تستخدم أدوات الاتصال الحديثة لنشر رسالتها بأدوات الوسيط الجديد.

رنت إحدى الدراسات[64] إلى معرفة دور محـرري مواقـع الصـحف المطبوعـة في تحريـر واختيار القصص الإخبارية الصالحة للنشر على الموقع، وتحديد ما إذا كانت هذه المواقع توفر معلومات أكثر أو أقل عن الإصدار المطبوع.

وخرجت الدراسة بعدة نتائج.. من بينها أن المواقع أكثر ديمقراطية "قليلاً" من الصحف، وتهتم بجعل الناس يتحدثون على الإنترنت، وتختار لهم القصص التي تلهم التعليقات.

وقد يتم إدماج معلومـات إضـافية مـع مـدونات عـبر مواقـع الصـحف، ولكـن لا يـزال محررو الموقع يتعاملون معها بـنفس منطـق الصـحيفة المطبوعـة، ويهتمـون أكـثر بـالمحتوى

النصي والقواعد اللغوية، وتبدو مواقع الصحف أقرب إلى الترويج للعلامة التجارية للصحيفة على الإنترنت.

رابعًا: مستوى "خدمة الحراسة الآلية":

هناك نوع من مراقبة البوابة والاختيار الانتقائي الآلي لما ينشر على شبكة الإنترنت، مثل استخدام خاصية RSS[65]، وخدمة "أخبار Google" التي تجمع قصصاً ومقالاتٍ إخباريةً من مصادر للأخبار تزيد على 150 مصدر من جميع أنحاء العالم، وترتبها أوتوماتيكياً ووضع أهم وآخر الأخبار في الصدارة، يتم تحديث موضوعات الأخبار كل 15 دقيقة[66].

وتنزه شركة جوجل هذه الخدمة عن أي "حراسة" و"أجندة" سياسية، بقولها: "خدمة إخبارية غير عادية إلى حد بعيد، يتم فيها جمع حصيلتنا من الأخبار بواسطة عمليات منطقية وحسابية يقوم بها جهاز الكمبيوتر بمفرده، دون تدخل العنصر البشري. ونتيجة لذلك، يتم اختيار مصادر الأخبار دون اعتبار لوجهة النظر السياسية أو المذهب الفكري، وذلك يمكنك من الاطلاع على مدى اختلاف الهيئات الإخبارية في نشر نفس القصة. هذه التشكيلة من وجهات النظر والأساليب فريدة من نوعها بين المواقع الإخبارية الموجودة على الإنترنت، ونعتبرها ضرورية في المساعدة على أن تظل على علم بأهم القضايا التي تهمك"[67].

ولكن لا تزال هذه الفكرة في مراحلها التجريبية، ونحن ننتظر ما ستسفر عنه منافسة الخوارزميات الآلية لتقويمات الجهود البشرية[68]؛ هذا إذا لم يكن بها نوع من التحيزات المستترة.

خامسًا: مستوى "حراسة البوابة المفصلية":

هذا المستوى هو بيت القصيد من فلسفة نظرية حراسة البوابة، والمعنى المرادف لها، كما تمت دراسته لعقود طويلة في علم الاتصال.

في الفصل الأول تحدثنا عن "وادي السيليكون"، العاصمة التقنية في العالم،

والدور الذي يلعبه في خلق استخدامات جديدة للجمهور، وصناعة أنواع جديدة مـن الإعـلام. ونعود هنا إلى التركيز مرة أخرى على دور التفوق التكنولـوجي الأمـريكي في "حراسـة البوابـة" على الإنترنت بشكل "مفصلي".

و"المفاصل" تشريحيًّا هي مكان التقاء عظم بعظم آخـر أو بـين عظـم وغضروف أو بـين غضروفين[69].. والمفاصل في شبكة الإنترنت هي مزودو الخدمة والشركات العملاقة التي يعتمد عليها مئات الملايين من مستخدمي الشبكة في إشباع احتياجاتهم المعرفية والتواصـلية. وتركـز إحدى الدراسات[70] على نمط "أهم" من تناول "حراسة البوابة في المواقع الإلكترونية"، إذ تعتبر أن شبكة الإنترنت عبارة عن مجموعة من البوابات يملكها مزودو الخدمة ومحركات البحث.

وتشير الدراسة إلى أن المشكلة ليست في إنتاج المعلومات بقدر ما هي مشكلة "الـتحكم في انتباه الجمهور"، "التحكم في مسار تدفق المعلومات". فالمعلومات غزيرة، ولكن الأهم هـو الترتيب الذي يصل إلى الجمهور، وما هي القضـايا والأخبـار والموضـوعات التـي يـتم السـماح بالتركيز عليها من خلال تلـك البوابـات التـي تقـوم أحيانـاً بإنتـاج المعلومـات أيضـاً في البيئـة الشبكية[71].

ولفتـت دراسـة أخـرى[72] إلى الـدور الـذي تلعبـه الحكومـات في حراسـة البوابـة، ففـي ديسمبر 2004 أعلنت شركة جوجل الشراكـة مـع جامعـات هارفـارد وسـتانفورد وميتشـيجان وأكسفورد ومكتبة نيويورك العامة في مجال الكتب الإلكترونية. وهذا الإعلان أثار مخـاوف في أوروبا من تأثير التفوق الأمريكي في مجال التكنولوجيـا عـلى خيـارات محـرك البحـث جوجـل google، مما يؤدي إلى التقليل من الاعتبار للجهود الأوروبية على الشبكة.

ووصف البعض الإنترنـت بأنـه مجتمـع بـلا دولـة، لـذا سـعت بعـض الحكومـات للسيطرة على الشبكة مثل الأمراء الذين حاولوا السيطرة على الكنيسـة الكاثوليكيـة في العصور الوسطى، ولذا قررت الولايات المتحدة الأمريكيـة أن تقـوم منظمـة ICANN "Internet Coroporation for Assigned Names and Numbers بتعيـين أسـماء

النطاقات العليا، مثل(.com) ،(.org). وهذا لم يمنع شركة تُدعى (new.net) من إنشاء هيكل آخر يضم أسماء جديدة من النطاقات مثل.(.shop)، (.school)، وهي أسماء استعارية تم حظرها من قبل بعض مقدمي خدمات الإنترنت[73].

وفي الآونة الأخيرة، قامت شركة مايكروسوفت MSN بإطلاق بوابة لها باللغة الصينية، واستجابت لضغوط الحكومة الصينية، وحظرت تسمية المدونين لمدوناتهم باستخدام بعض الكلمات المحظورة مثل "الديمقراطية"، ورغم ذلك استطاع بعض الصحفيين والمدونين الماهرين بالحيل التكنولوجية التغلب أحياناً على هذا الحظر[74].

كما أن الخلافات السياسية والثقافية أثرت على هذا الدور، فالتكنولوجيا الأمريكية تمثلها شركات تعمل في الصين وفرنسا وألمانيا، وهي دول تحاول الحد من الوصول للتيارات اليمينية المتطرفة والنازية الجديدة[75].

وتلعب بعض الحكومات دورًا في حجب المعلومات والسيطرة على تدفقها إلى المواطنين بناء على ملكية الشركات مزودة الخدمة، وفي العادة تلعب الشركات الحكومية دورًا في السيطرة، بينما تسمح الشركات الخاصة بحرية التدفق إلا في حالات وجود تشريعات وقوانين لحظر بعض المواد مثل مواقع استغلال الأطفال وازدراء الأديان.

ومن صور تجلي هذه الحراسة المشددة التوتر الحادث بين شركة جوجل والحكومة الصينية، حيث رضخت الأولى لضغوط الثانية وسمحت برقابة الحكومة الصينية على محركها بالصين google.cn عام 2006. وهو القرار الذي أثار ردود فعل مختلفة على الصعيد العالمي[76].

ولم يتوقف الأمر عند هذا الحد من التنازل، بل اتهمت شركة جوجل الحكومة الصينية بالتسبب في عطل بالبريد الإلكتروني gmail التابع للشركة، ومنع وصول نشطاء حقوق الإنسان في الصين من تصفح بريدهم تزامنًا مع الاحتجاجات الشعبية الصينية المواكبةِ ثوراتِ الشعوب العربية. وهو ما نفته الحكومة الصينية ووصفته بأنه ادعاء "بلا أساس"[77].

ومن الصين إلى الفيس بوك.. يختلف الأسلوب، ولا يختلف المنهج! فقد تعرضت صـفحة دعت إلى "انتفاضة فلسطينية ثالثة" إلى التعطيل من قبل إدارة شركة الفيس بوك، نظرًا لما قد يهدد الكيان الصهيوني، وهذا ما يدل على استمرار الحراسة على شـبكة الإنترنـت عنـد امـتلاك ناصية التحكم التقني.

وخلاصة ما سبق: تم استهلال هذه الدراسة بإعـادة النظـر في نظريـة "حراسـة البوابـة" وتقويم استخدامها في البيئة الجديدة، لأن الدراسـة تقـوم عـلى العوامـل المـؤثرة عـلى القـائم بالاتصال في المواقع المصرية. كما تهتم بتناول تأثير تغير كل من الوسـيلة وخصـائص الجمهـور على أداء القائم بالاتصال الذي قد يصح معه استدعاء مفهوم "قادة الرأي" أكـثر مـن "حراسـة البوابة" بمفهومها التقليدي، إذ يختلف أسلوب حراسة العقار عن حراسة نادٍ رياضي.

ففي العقار يكفي أن يقف رجل يؤثر في حركة الدخول من وإلى العقـار، ولكـن حراسـة نادٍ تقتضي وضع كاميرات مراقبة على امتداد سوره، وجلـوس رجـل أمـام لوحـات تليفزيونيـة يتابع الحركة حول النادي ليحميه بأسلوب آخر يتفق وتغير المسؤولية.

وهذا لا ينفي وجود حراسة بمعناهـا "الأصـولي" في أيـدي "المتحكمـين الجـدد" بـامتلاك شركات تزويد خدمة الإنترنت والسيطرة على المواقع الفاعلة.

المشكلة البحثية:

أفضت مؤشرات مسح الدراسـات السـابقة ونتـائج الدراسـة الاسـتطلاعية، بالإضـافة إلى إعادة النظر في مدخل حراسة البوابة، إلى رؤية شاملة تبلور المشـكلة البحثيـة في: التعـرف إلى واقع العمل المهني للقائم بالاتصال في المواقع المصريـة الإلكترونيـة عينـة الدراسـة، والوقـوف على مهاراته الاتصالية والتكنولوجية في صياغة رسالة إعلامية تتوافق وتغير الدور الـذي يقـوم به في بيئة اتصالية ذات خصائص مختلفة.

أهمية دراسة بيئة العمل الإلكتروني:

تستقي هذه الدراسة أهميتها من قلة الدراسات العربية المعنية بالواقع المهني للقائمين بالاتصال في الإعلام الإلكتروني، والدور الكبير الذي يشكله تقويم وتطوير أداء القائم بالاتصال في النهوض بالإعلام الإلكتروني المصري.

أهداف الدراسة:

يرمي هذا البحث للتعرف إلى تأثير خصائص الإنترنت (الوسيلة) والجمهور المصري (المستقبل النشط) على العمل المهني للقائم بالاتصال في المواقع المصرية الإلكترونية. ويتأتى هذا من خلال التعرف إلى:

1- سمات القائمين بالاتصال داخل المواقع الإلكترونية المصرية عينة الدراسة.
2- الخبرات المهنية السابقة للقائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية المصرية عينة الدراسة.
3- سمات بيئة العمل داخل المواقع الإلكترونية المصرية عينة الدراسة.
4- تقويم القائمين بالاتصال للعمل داخل المواقع الإلكترونية المصرية عينة الدراسة.
5- التدريب وتطوير مهارات القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية المصرية عينة الدراسة.
6- موقف القائمين بالاتصال في المواقع المصرية عينة الدراسة من التدوين وصحافة المواطن.
7- استخدامات القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية المصرية عينة الدراسة للشبكات الاجتماعية ومواقع الفيديو التشاركي.
8- المؤثرين في توجيه السياسة التحريرية في المواقع الإلكترونية المصرية عينة الدراسة.
9- مفهوم المنافسة والمنافسين في العمل الإعلامي الإلكتروني على الإنترنت.
10- علاقة المواقع الإلكترونية المصرية عينة الدراسة بالوسط الإعلامي والمجتمعي بمصر.

11- الكيان التنظيمي الذي يطمح إليه القائمون بالاتصال في المواقع الإلكترونية المصرية عينة الدراسة.

التساؤلات البحثية:

1- ما سمات القائمين بالاتصال داخل المواقع الإلكترونية المصرية عينة الدراسة؟

2- كيف تشكلت الخبرات المهنية السابقة للقائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية المصرية عينة الدراسة؟ وما الخبرات المطلوبة للعمل داخل هذه المواقع؟

3- ما سمات بيئة العمل داخل المواقع الإلكترونية المصرية عينة الدراسة؟ وكيف تؤثر على القائمين بالاتصال وإنتاج المحتوى؟

4- كيف يقوِّم القائمون بالاتصال العملَ داخل المواقع الإلكترونية المصرية عينة الدراسة؟ وما الضغوط التي تواجههم في عملهم؟

5- هل يخضع القائمون بالاتصال في المواقع الإلكترونية المصرية عينة الدراسة للتدرب وتطوير مهاراتهم؟ وما أهم المجالات التي يتدربون عليها؟ وما دور مواقعهم في تدريبهم دوريًّا؟

6- ما موقف القائمين بالاتصال في المواقع المصرية عينة الدراسة من التدوين وصحافة المواطن؟

7- هل يستخدم القائمون بالاتصال في المواقع الإلكترونية المصرية عينة الدراسة الشبكات الاجتماعية ومواقع الفيديو التشاركي؟ وما أكثر هذه الاستخدامات؟

8- من هم المؤثرون في توجيه السياسة التحريرية في المواقع الإلكترونية المصرية عينة الدراسة؟ وكيف يؤثرون في صياغة الرسالة الإعلامية على الإنترنت؟

9- ما دلالة مفهوم "المنافسة" و"المنافسين" في العمل الإعلامي الإلكتروني على الإنترنت؟ وكيف يتم قياس هذه المفاهيم؟

10- ما طبيعة علاقة المواقع الإلكترونية المصرية عينة الدراسة بالوسط الإعلامي والمجتمعي بمصر؟

11- ما الكيان التنظيمي الذي يطمح إليه القائمون بالاتصال في المواقع الإلكترونية المصرية عينة الدراسة؟ وما الإنجازات التي يتوقعونها منه؟

نوع الدراسة:

تعد هذه الدراسة وصفية تحليلية Descriptive Study. ويركز هذا النمط من الدراسات على وصف طبيعة وسمات وخصائص مجتمع معين أو موقف جماعة أو فرد معين، وتكرارات حدوث الظواهر المختلفة[78].

كما أنه لا يقتصر البحث الوصفي على جمع البيانات والحقائق وتصنيفها وتبويبها، ولكن إضافة إلى ذلك يهتم بتحليلها التحليل الكافي، ويتضمن أيضًا قدرًا من التفسير لهذه النتائج، لذلك كثيرًا ما يقترن الوصف بالمقارنة[79].

المناهج المستخدمة:

تعتمد الدراسة على منهج المسح، والذي يعد من أنسب المناهج لهذه لدراسة الجامعة بين الوصف والتحليل.

ويعرَّف منهج المسح بأنه أحد الأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن حالة الأفراد وسلوكهم وإدراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم[80].

والدراسة المسحية هي دراسة شاملة مستعرضة، ومحاولة منظمة لجمع البيانات وتحليل وتفسير وتقرير الوضع الراهن لموضوع ما في بيئة محددة ووقت معين. لذا يعتقد بعض الباحثين أن البحث المسحي ينصب على الوقت الحاضر[81].

وتسمح هذه الدراسات للباحث بدراسة عدد كبير من المتغيرات في وقت واحد، مثل: السمات العامة الاجتماعية والنفسية، وأنماط السلوك الاتصالي. وتستهدف بعض الدراسات المسحية وصف خصائص القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلامية[82].

وترتكز الدراسة أيضًا على المنهج المقارن، وهو منهج يكشف العلاقات والروابط أو أوجه الشبه والاختلاف بين الظواهر[83]، للمقارنة بين المواقع المختلفة، ودراسة

الاختلاف والتماثل بين مقدمي الخدمة في المواقع المختلفة، بما يرصد في النهاية التعدد أو التماثل في تكوين وطبيعة القائمين بالاتصال في المواقع المصرية عينة الدراسة.

أدوات الدراسة:

تقوم الدراسة على توظيف أداتين لجمع وتحليل والمقارنة بين الواقع المهني في المواقع الإلكترونية المصرية عينة الدراسة، وهما:

أولاً: الاستقصاء:

وهو أداة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع البحث عن طريق استمارة معينة، تحوي عدداً من الأسئلة، مرتبة بأسلوب منطقي مناسب، يجري توزيعها على أشخاص معينين لتعبئتها[84].

وقامت الباحثة بعمل استبيان مباشر على جميع المحررين (فيما يعرف بالحصر الشامل) في كل من المواقع الست عينة الدراسة، باستخدام الأسئلة المغلقة والإجابات المحددة[85].

والاستبيان المباشر هو الذي يوزع باليد مباشرة من الباحث، أو الفريق المساعد له، وتمت تعبئة الاستمارة مباشرة من قبل المبحوثين، ويتم توضيح أي استفسار، أو أي لبس يطرح من المبحوثين، وأكبر مزايا هذا النوع من الاستبيانات هو أن نسبة المردود منه عالية، ونسبة الفقد منه قليلة[86].

ورغم تفكير الباحثة في بداية الدراسة أن تجري الاستبيان رقميًا عبر البريد الإلكتروني أو مواقع الاستبيانات على الإنترنت، إلا أنها وجدت من خبرتها السابقة أن هذا النوع من الاستبيان لا يتحمس له بعض المحررين في ظل ضغوط العمل اليومية، خاصة وأن البريد الإلكتروني يكون متخمًا برسائل المجموعات وفيس بوك وتويتر.. إلخ.

لذا.. فضَّلت الباحثة توزيع الاستبيان ورقيًا، خاصّة وأن عدد المبحوثين قليل نسبيًا، نظرًا لتقلص عدد القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية كما أوضحت بعض الدراسات السابقة.

وبالإضافة إلى هذا الاستبيان الورقي.. لجأت الدراسة إلى الاستبيان الرقمي عبر البريد الإلكتروني للمحررين الذين لم تستطع الباحثة الوصول إليهم، نظرًا لكونهم يعملون في مواعيد متباينة.

ثانيًا: المقابلة:

هي إحدى وسائل جمع البيانات من مصادرها، وتتم بين طرفين حول موضوع محدد، منطلقةً من أسباب ومحققةً غاياتٍ. وتهدف المقابلة العلمية للتعرف إلى الظاهرة أو الموضوع، بالبحث عن العلل والأسباب، وتُطرح فيها أسئلة تهدف إلى استيضاح الحقائق من ذوي العلاقة بالحالة أو الظاهرة(87).

وقامت الباحثة بمقابلة المسؤول عن كل موقع، وقامت بعمل مقابلات مركزة حول الواقع المهني للقائمين بالاتصال في المواقع عينة الدراسة؛ للتعرف إلى نظام العمل داخل الموقع وأهدافه وسياساته في التعامل مع الجمهور وتدريب العاملين، فضلاً عن التعرف إلى رؤيتهم تجاه الواقع المهني للعاملين في الإعلام الإلكتروني بمصر واستشراف تصوراتهم تجاه المستقبل.

الإطار الإجرائي للدراسة:

مجتمع الدراسة:

تستهدف الدراسة إجراء مقابلات مع واحد من مسؤولي التحرير في كل موقع من المواقع الستة عينة الدارسة، وعمل استبيان بطريقة الحصر الشامل على جميع محرري المواقع عينة الدراسة، وهي:

- موقع بوابة الأهرام www.ahram.org.eg

هو موقع إخباري يركز على الأخبار المصرية، يحتل الترتيب رقم 817 على العالم في ترتيب مؤشر أليكسا، ويحظى بأعلى ترتيب في الدول التالية: مصر (14) فقطر (21) ثم الكويت (26). ويعتبر الجمهور المقيم بمصر هو صاحب النسبة الأعلى من بين زوار

الموقع بنسبة 42%، ثم الزوار من المملكة العربية السعودية (12.5%)، ثم الإمـارات العربيـة المتحدة (5.5%)[88].

 موقع "إخوان أون لاين" www.ikhwanonline.com

هو موقع إسلامي متنـوع، يهـتم بالشـأن المصري والشـؤون الإسـلامية والعربيـة، يحتـل الترتيب رقم 13.340 على العالم، ورقم 174 على المواقع داخل مصر. ولكنه يحتل ترتيبًا أفضل في دولة موزمبيق، حيث يقع في الترتيب رقم 110، ثـم مصر، ثـم يحتـل الترتيـب رقـم 771 في دولة الكويت. وفي الوقت نفسه فإن أكثر زوار الموقـع مـن داخـل مصر (بنسـبة 52.4%) ثـم المملكة العربية السعودية (12.4%) ثم اليابان (4.5%)[89].

 موقع محيط. كوم www.moheet.com

هو موقع متنوع مهتم بالشؤون المصرية والعربية وبعض الجوانب الترفيهية والخدميـة، يحتل الترتيب رقم 2.702 على العالم، بينما يصنفه مؤشر أليكسا بأنه رقم 76 في مصر. يحقـق "محيط" أفضل ترتيب في الدول التالية: مصر (76) ثم السودان (87) ثم ليبيا (153). أما عـن زواره، فـإنهم يرتكـزون في مصر أولاً (29.5%) ثـم المملكـة العربيـة السـعودية (16.7%) ثـم السودان (6.1%) ويتفرق الباقون في عدة دول[90].

 مصراوي. كوم www.masrawy.com

هو موقع مهتم بالشؤون المصرية والترفيه والخدمات التي تهم الجمهور المصري، يحقق على مستوى العالم الترتيب الـ 909، ويحقق أعلى ترتيب له في ثلاث دول: مصر (13) ثم قطـر (33) ثم الكويت (37). ويرتكز العدد الأكبر من زواره في مصر (57.8%) ثم المملكـة العربيـة السعودية (10.1%)، ثم الكويت (5%)[91].

 موقع المصريون www.almesryoon.com

هو جريدة إخبارية إلكترونية يومية، مهتمة بالشأن المصري، يحتل الترتيـب 8.082 عـلى مستوى العالم، ويحقق أفضل ترتيب له في ثلاث دول، هـي: مصر (168)، فالكويت (240)، ثم قطر (325). أمـا عـن زواره، فـإنهم يرتكـزون في عـدة دول، أهمهـا: مصر (35.6%)، المملكـة العربية السعودية (17.6%)، الإمارات العربية المتحدة (6.6%)[92].

- أون إسلام. نت www.onislam.net

هو موقع متنوع مهتم بالشؤون الإسلامية والعربية، يحتل ترتيبًا متدنياً على المستوى العالمي، فهو رقم 46.136 على العالم، ويحقق أفضل ترتيب له داخل الدول التالية: مصر 1.631، فقطر 2.228 ثم الإمارات العربية المتحدة 2.249. أما عن زواره، فإنهم يرتكزون في عدة دول أهمها: الإمارات العربية المتحدة (13.7%) فمصر (13.2%) ثم أستراليا (8.6%)[93].

ويلاحظ على اختيار المواقع أنها جاءت عينةً عَمْديةً؛ مراعاةً لبعض العوامل، منها: مراعاة التنوع في الخدمات التي تقدمها هذه المواقع، ودراسة عدة مهارات اتصالية يتمتع بها القائمون بالاتصال في المواقع عينة الدراسة.

تقع هذه المواقع في مراكز متقدمة على الصعيد المصري طبقًا لمؤشر أليكسا Alexa فيما عدا موقع أون إسلام الذي تم اختياره استثناءً لمعرفة تأثير تحول تجربة موقع "إسلام أون لاين" إلى "أون إسلام"، والوقوف على الضغوط التي تواجه العاملين في الإعلام الإلكتروني عبر دراسة هذه الحالة الهامة.

الإطار الزمني للدراسة:

تم إجراء المقابلات خلال أسبوعين من نهاية مايو حتى منتصف يونيو 2011، أما الاستبيان فقد تم إجراؤه منذ نهاية شهر مايو وحتى نهاية شهر يوليو 2011.

الإطار الموضوعي للدراسة:

يهدف البحث للتعرف إلى سمات القائمين بالاتصال في الإلكترونية المصرية عينة الدراسة، وواقعهم المهني وعلاقتهم بالجمهور، وتقويمهم ظاهرتي التدوين وصحافة المواطن، وللتعرف إلى دلالة المنافسة في العمل الإعلامي على الإنترنت، ومن هم المؤثرون في صناعة السياسات التحريرية بعينة الدراسة، وسمات العمل الإعلامي الإلكتروني بمصر.

خلاصة النتائج ومؤشراتها:

تناولت الدراسة واقع وسمات وآراء القائمين بالاتصال في المواقع المصرية الإلكترونية عينة الدراسة (بوابة الأهرام – موقع إخوان أون لاين – موقع محيط – موقع مصراوي - موقع المصريون - موقع أون إسلام)، وذلك عبر إجراء مقابلة لمسؤولي التحرير في المواقع عينة الدراسة، وإجراء استبيان على المحررين العاملين بالمواقع بطريقة الحصر الشامل.

وقد خرجت الدراسة بالعديد من النتائج، التي يمكن استخلاص أهمها عبر المحاور التالية..

سمات القائم بالاتصال داخل العينة:

يلاحظ بصفة عامة قلة عدد المحررين داخل المواقع عينة الدراسة، وبخاصة في موقع "مصراوي"، وبالتالي زيادة الأعباء والمهام الموكلة إلى المحررين، مما جعلهم يشتكون من هذا الأمر الذي يسبب لهم ضغطاً في عملهم.

وتندرج معظم متوسطات العمر في المواقع عينة الدراسة تحت سن الثلاثين، باستثناء موقع "أون إسلام" الذي بلغ المتوسط الحسابي لأعمار محرريه 32.4. كما يعد موقع "أون إسلام" هو صاحب أعلى متوسط حسابي لأعمار المحررين في المواقع عينة الدراسة، يليه موقع الأهرام 29.9، وربما لأن معظم محرري "أون إسلام" هم من الفريق المؤسس والعامل في شبكة "إسلام أون لاين" المؤسسة قبل أكثر من عشرة أعوام، وهي التي بُني على أساسها موقع "أون إسلام"، وأيضاً.. كثير من محرري بوابة الأهرام من أبناء مؤسسة الأهرام العريقة.

يتفوق عدد الذكور على الإناث في العدد الكلي للمبحوثين عينة الدراسة (112 فرداً)، حيث تبلغ نسبة الذكور 71%، ونسبة الإناث 29%، ويتفوق عدد المحررين الذكور على المحررات في المواقع: بوابة الأهرام، إخوان أون لاين، المصريون، أون إسلام. أما في موقع مصراوي، فإن جميع المحررين ذكور.

ويستثنى من هذا موقع محيط، الذي تتفوق فيه نسبة الإناث على الذكور، حيث تبلغ نسبتهن 56%، ونسبة الذكور 44%، وقد يكون السبب في هذا غلبة الطابع الإداري على العمل بموقع محيط، والرغبة في الاستعانة بالخريجات حديثاً ذوات الأجور الأقل نسبيًّا.

ويفضل المحررون في المواقع عينة الدراسة عدة ألقاب وظيفية، أهمها: إعلامي (34%)، صحفي على الإنترنت (30%)، صحفي (16%)، كما هو موضح بالجدول رقم (3).

الخبرات المهنية السابقة للقائم بالاتصال:

هناك اعتماد بنسبة كبيرة داخل المواقع عينة الدراسة على المحررين ذوي الخبرات السابقة في العمل، وترحيب أيضًا بالخريجين من الشباب، ويلاحظ أن موقع الأهرام ومصراوي هما الأكثر استقبالاً للمحررين ذوي الخبرة، حيث إن 96% من محرري الأهرام وكل محرري "مصراوي" هم ممن سبق لهم العمل الصحفي من قبل.

ومن جهة أخرى، يعتبر موقعا "إخوان أون لاين"، و"محيط" هما الأكثر استقبالاً للخريجين والشباب العاملين للمرة الأولى في حياتهم المهنية، حيث يشكلون 48% من عدد محرري "إخوان أون لاين"، و40% من موقع محيط. وربما يكون سبب هذا الرغبة في الاستفادة من حماس الشباب، أو توفير الميزانية حيث إن الخريجين هم الأقل أجوراً مقارنة بذوي الخبرة.

ومن أكثر الشروط المؤهِّلة للتعيين في المواقع عينة الدراسة توفر الحس الصحفي، أكثر من اشتراط إجادة المهارات التكنولوجية وإنتاج الوسائط المتعددة والتواصل عبر الشبكات الاجتماعية. ويتم اشتراط عدد معين من سنوات الخبرة في بعض المهام الوظيفية، ولكن بصفة عامة هناك ترحيب بالخريجين والشباب غير المدربين في المواقع عينة الدراسة.

يلاحظ تحول جميع المحررين من الكتابة على الورق إلى الكتابة الرقمية، حيث كان بعض المحررين في الدراسة الاستطلاعية عام 2006م لا يزال يحبذ الكتابة الورقية.

جدول (3) يوضح تفضيلات المحررين لعدد من الألقاب الوظيفية

المواقع / الألقاب	الأهرام		إخوان		محيط		مصراوي		المصريون		"أون إسلام"		المجموع بالنسبة المئوية
	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	
موظف بشركة	-	-	-	-	1	%4	2	%40	-	-	1	%4	%4
محرر إنترنت	1	%4	1	%5	3	%12	-	-	-	-	3	%13	%8
صحفي على الإنترنت	5	%22	11	%44	11	%44	-	-	3	%20	9	%40	%30
إعلامي	4	%17	7	%28	7	%28	1	%20	7	%47	8	%35	%34
محرر	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
صحفي	9	%40	2	%8	2	%8	2	%40	3	%20	1	%4	%16
باحث	-	-	1	%4	1	%4	-	-	-	-	1	%4	%2
محرر صحفي	4	%17	-	-	-	-	-	-	2	%13	-	-	%6
المجموع الكلي	23	%100	25	%100	25	%100	5	%100	15	%100	23	%100	%100

وتشكلت معظم الخبرات السـابقة للمحـررين (في المواقـع عينـة الدراسـة) في كـلٍّ مـن الصحف المطبوعة والمواقع الإلكترونيـة، ويلاحـظ أن هنـاك تنوعًـا في الخـبرات السـابقة التـي كونها المحررون في المواقـع عينـة الدراسـة وبخاصـة موقـع "أون إسـلام"، مـما يـثري مهـارات العاملين بالحقل الإلكتروني.

سمات العمل داخل المواقع عينة الدراسة:

يغلـب الطـابع الإداري المؤسـسي عـلى جميـع المواقـع عينـة الدراسـة مـا عـدا موقـع "المصريون" الذي يتم إدارته بالشكل التقليدي لبيئة العمل الصحفي التقليدي، حيـث يـرتبط العمل بالإنتاج وتسليم العمل قبل موعد التحديث اليومي "dead line"، ولـيس بالحضـور في مواعيد معينة. وهناك تجربة مميزة في هذا الإطار بموقع "أون إسلام" تتعلق بالمرونة في ضبط مواعيد الحضور والانصراف مع الأمهات العاملات وبعض المحررين في قسم الأخبار.

ورغم ما يغلب على العمل بالمواقع الإلكترونية من طابع إداري، فـإن جميـع المواقـع لا تعرف ولا تطبق "نظام الجودة"، فيما عـدا موقـع "أون إسـلام"، الـذي لـه خـبرة متأصـلة مـع تطبيق هذا النظام منذ تجربة "إسـلام أون لايـن"، ولكـن لم يـتم تطبيقـه حتـى الآن بـالموقع الجديد نظرًا للمشاكل التي يمر بها.

كما لا تهتم المواقع عينة الدراسة بقياس الرضا الوظيفي للعاملين بهـا، فـيما عـدا موقـع مصراوي. حيث تقوم شركة "لينك" المؤسسة للموقع بقياس الرضا الوظيفي كـل أربـع سـنوات لجميع العاملين بها، ولكن الموقع لا يستخدم هذا المؤشر الهام بشكل دوري وخاص.

ومن المشاكل التي يعاني منهـا المحـررون في العمـل بمـواقعهم قلـة الامتيـازات التـي تقدمها المواقع عينة الدراسة للعاملين بها، حيث هناك - في المواقع عينـة الدراسـة ـ نقـص في عدد المحررين المؤمَّن عليهم اجتماعيًّا وصحيًّا. وهنـاك مواقـع لا تقـوم بعمـل تأمينـات عـلى الإطـلاق، كــ "إخـوان أون لايـن" و"أون إسـلام"، أو تـقصر التأمينـات عـلى بعـض

العاملين دون البعض الآخر كموقعي محيط ومصراوي، أو تعتمد على أن المحررين معينون في أماكن أخرى كبوابة الأهـرام (معظـم المحـررين معينـون في مؤسسـة الأهـرام)، و"المصريـون" (معظم المحررين معينون في صحفهم المطبوعة).

تقويم القائم بالاتصال للعمل داخل المواقع الإلكترونية:

يفضـل 80% مـن المحـررين في المواقـع عينـة الدراسـة الاسـتمرار في العمـل بـالمواقع الإلكترونية، وكان أكثرهم رغبة في الاستمرار محـررو مصراوي (100%) ومحـررو "أون إسـلام" (91%) ثم بوابة الأهرام 87%. وكان السبب الأول في مـبرراتهم للاسـتمرار بالعمـل في المواقـع الإلكترونية هو حُسْنَ تمكنهم من هذا العمل وتحصيلَهم خبرة جيدة فيه، ثم لأنه أكثر راحة.

ويرغب 20% من المحررين في المواقع عينة الدراسة عـن الاسـتمرار في العمـل بـالمواقع الإلكترونية، وكان محررو الإخوان (33%) والمصريون (33%) هم الأكـثر رغبـة في تـرك العمـل بالمواقع الإلكترونية عن المحررين في بقية المواقع، وكانت أبرز الأسباب التي دعـت المحـررين إلى الرغبة عن الاستمرار في العمل بالمواقع الإلكترونية هو أنه "لن يصنع لهم اسمًا صحفيًّا".

أما عن الضغوط التي يواجهها المحررون بالموقع، فأكثرهـا في كـلٍّ مـن "بوابـة الأهـرام"، و"إخوان أون لاين"، و"محيط" هي "كثرة ساعات العمل"، أما في "مصراوي" و"أون إسلام" فإن أكثر الضغوط التي يواجهها المحررون هي "تعدد المهام الموكلة إلـيهم"، بيـنما في "المصريـون": "قلة المردود المادي".

أما عن مسؤولي التحرير داخل المواقع عينة الدراسة، فإنهم حددوا عـددًا مـن المشـاكل التي تواجههم في العمل الإعلامي عبر الإنترنت بمصر، وكان على رأسها:

1- سوء خدمات الإنترنت في مصر وبطؤها وكثرة أعطالها، بسـبب ربـط الإنترنـت بـالتليفون الأرضي. ويطالب مسؤولو التحرير في المواقع المدروسة بأن يتم تغيـير هـذا الـنمط الـذي أدى إلى كثير من مشاكل الإنترنت بمصر.

2- قلة النظر بمصداقية إلى الإعلام الإلكتروني مقارنة بالصحافة المطبوعة.

3- التدفق المعلوماتي السريع بما يزيد من ضغط العمل ومسؤولية تقديم وجبة شاملة متجددة على مدار الساعة للزوار.

4- التطورات المتلاحقة في مجال الميديا في مصر، بما تفرضه من تطوير دائم على مستوى الرسالة ومهارات العاملين بالإعلام الإلكتروني.

5- تغير رغبات المستهلكين وميولهم.

6- تشابه الخدمات الإعلامية في المواقع المصرية، بما يصعب معه المنافسة والتفرد.

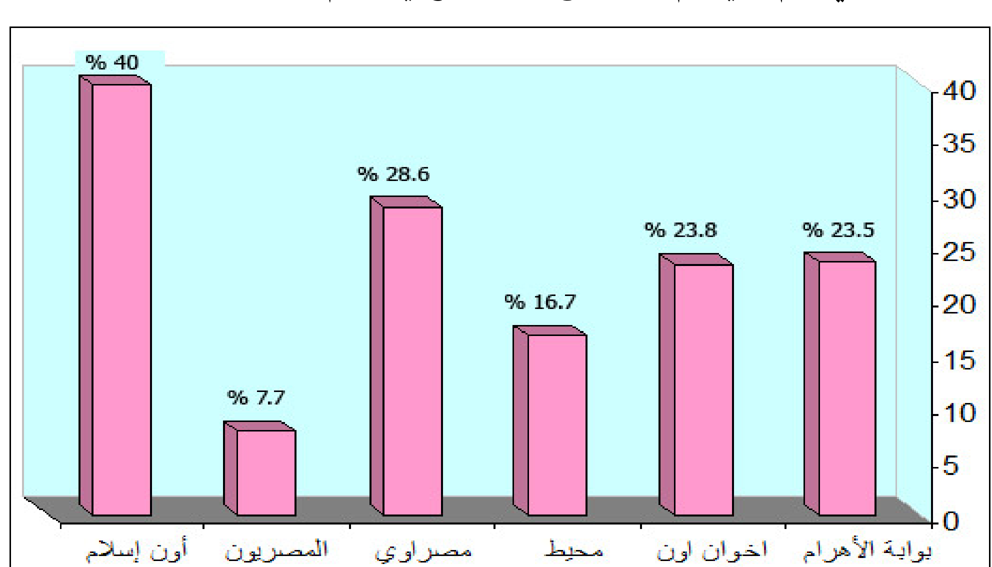
التدريب وتطوير المهارات للقائمين بالاتصال في عينة الدراسة:

يحرص أكثر من نصف المحررين في المواقع عينة الدراسة على التدريب وتنمية مهاراتهم ومعارفهم، فيما عدا موقع محيط الذي غلب فيه عدد المحررين غير المدربين (56%) على المحررين المشاركين في الدورات التدريبية (44%).

ويتجه معظم المحررين في مواقع الأهرام وإخوان ومحيط إلى "مراكز التدريب المعتمدة" لتنمية مهاراتهم، بينما تنظم "نقابة الصحفيين المصريين" معظم الدورات في موقع "المصريون". ويعتبر موقع "أون إسلام" هو الوحيد الذي ينظم العدد الأكبر من الدورات التدريبية للمحررين العاملين فيه. أما في مصراوي فقد تقاربت نسب الأماكن المنظمة للتدريب، بما يُخرجه عن سياق المقارنة.

ويلاحظ تقصير المواقع (وبخاصة "المصريون") في تنظيم الدورات التدريبية للمحررين العاملين بها، مما يقلل من فرصة تطوير المحررين لمهاراتهم مع التغيرات المتعاقبة التي تشهدها ساحة الإعلام. وذلك لأن الدورات التدريبية خارج الموقع تقع في العادة كلفتها على المحررين، وهذا يؤثر عليهم ماديًا ويقلل من فرصة تطويرهم بما يدعم احتياجاتهم المهارية والمعرفية.

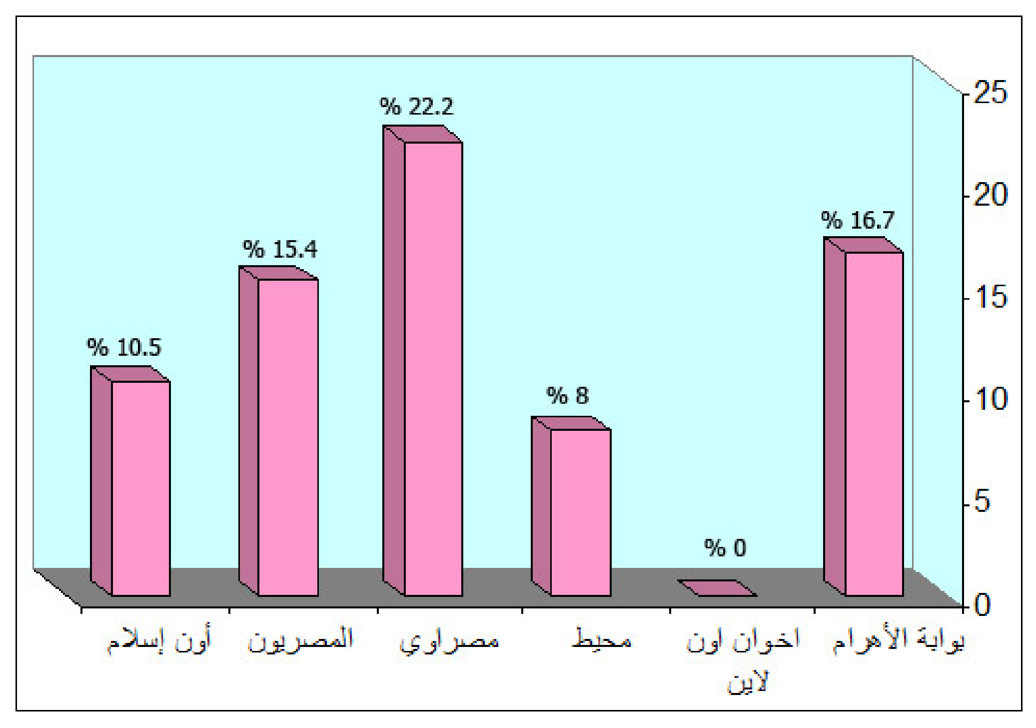
وفيما يلي رسم بياني رقم (1) يوضح دور المواقع في تنظيم الدورات التدريبية لمحرريها:



رسم بياني رقم (1) يوضح دور المواقع في تنظيم الدورات التدريبية لمحرريها

أما عن مجالات التدريب التي يقبل عليها المحررون، فإن النسبة الأولى في موقعي محيط و"مصراوي" كانت للتدريب على اكتساب اللغات غير العربية/ الأجنبية. وأما عن موقع "إخوان أون لاين"؛ فكانت النسبة الأكبر لما تدرب عليه المحررون من نصيب "دورات متخصصة تخدم العمل الإعلامي".

وهناك قلة اهتمام بالتدريب على الوسائط المتعددة في المواقع عينة الدراسة، حيث حظيت بنسبة قليلة من المجالات التي تدرب عليها المحررون كما هو موضح بالرسم البياني رقم (2):



رسم بياني رقم (2) يوضح حصة الدورات التدريبية على الوسائط المتعددة لدى المبحوثين المدربين

موقف المحررين من التدوين وصحافة المواطن:

هناك اهتمام مبكر من قِبَل جماعة "الإخوان المسلمون" بصحافة المواطن قبل نشوئها إلكترونيًّا من خلال الاعتماد على ما تقدمه اللجان الإعلامية لجماعة الإخوان المسلمين بالمحافظات من مواد إعلامية تخدم العمل العام في الجماعة.. ورغم هذا، لا يولي الموقع الرسمي الأول للجماعة (إخوان أون لاين) اهتماماً كافياً لظاهرة صحافة المواطن، ويمارسون حراسة البوابة بشكل مبالغ فيه على التعليقات والإعلام المقدم من المواطن الصحفي.

ويعتقد معظم مسؤولي التحرير في المواقع عينة الدراسة أن التدوين لا يقارن بالإعلام، وأنه ليس في مجال منافسة معه، فيما عدا المسؤول عن موقع "أون إسلام"

الذي يرى أن التدوين يمثل تحدياً حقيقيًا أمام الصحافة الإلكترونية. ويرى المسؤول التحريري لموقع الأهرام أن هناك علاقة تنافس وتكامل بين التدوين والإعلام الإلكتروني.

أما على مستوى المحررين، فيعتبر موقع "أون إسلام" هو أكثر المواقع الذي ينظر فيه المحررون (بنسبة 59%) إلى التدوين باعتباره "عملاً مجدِّدًا ومختلفاً عن الأنماط التقليدية في الكتابة". كما يُعد موقع "المصريون" أكثر المواقع الذي ينظر فيه المحررون إلى التدوين بشكل سلبي، حيث يرى عدد من المحررين (28%) أن التدوين "فوضوي.. ونوع من الكتابة العشوائية".

وفي الجدول رقم (4) يوضح آراء المحررين في المواقع عينة الدراسة من التدوين بصفة عامة.

والخلاصة منه أن عدداً قليلاً من المحررين في العينة (13%) يرون التدوين فوضويًا. ويقوِّم العدد الأكبر من المحررين (51%) التدوين على أنه "ذاتي.. يدور حول شخص المدوِّن"، وينظر إليه ثلث المبحوثين (36%) على أنه "مجدد عن الأنماط التقليدية في الكتابة".

ويعد موقع "إخوان أون لاين" أكثر المواقع من حيث نسبة المحررين المدونين (62%). وبصفة عامة فإن المحررين في المواقع عينة الدراسة يميلون أكثر إلى عدم التدوين، حيث لا يدون 64% منهم، ويدون الثلث الباقي (36%). ويقول المحررون المدونون (في العينة بأكملها) أن هدفهم الأول من التدوين التعبير الذاتي والترويح عن النفس.

ويؤيد 87% من المحررين (عينة الدراسة) وضع ميثاق شرف لتنظيم عمل المدونين على الإنترنت، من أجل وضع ضوابط ومحددات لضبط التدوين وتلافي سلبياته من نشر الإشاعات والتعبير بالألفاظ النابية، فضلا عن الارتقاء بالتدوين والاستفادة بجهوده إلى جوار وسائل الإعلام التقليدية. بينما يعارض 13% من المحررين (عينة الدراسة) وضع ميثاق شرف للتنظيم عمل المدونين على الإنترنت، وذلك لحماية حرية التعبير وصعوبة إلزام المدونين به.

جدول (4) يوضح آراء المبحوثين في التدوين

المواقع / التقويم	بوابة الأهرام		إخوان أون لاين		محيط		مصراوي		المصريون		أون إسلام		المجموع بالنسبة المئوية
	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	
فوضوي.. ونوع من الكتابة العشوائية	2	%8	3	%12	3	%10	1	%20	5	%28	3	%11	%13
ذاتي.. يدور حول شخص المدون	17	%65	12	%48	18	%58	2	%40	10	%56	8	%30	%51
مجدد.. عن الأنماط التقليدية في الكتابة	7	%27	10	%40	10	%32	2	%40	3	%16	16	%59	%36
المجموع	26	%100	25	%100	5	%100	5	%100	18	%100	27	%100	%100

ويبدي 63% من المحررين معرفتهم بمفهوم صحافة المواطن، بينما لا يعرف عنه شيئًا 37% منهم.

وكانت أكثر المواقف الايجابية تجاه صحافة المواطن من موقع "أون إسلام".. حيث رأى أكثر من 75% من المحررين العارفين بالظاهرة أن التدوين "مهم.. بغض النظر عن الجودة". وكانت أكثر التقويمات السلبية من موقع "المصريون".. حيث ذكر 37% من المحررين العارفين بالظاهرة أنها "لا ترقى للعمل الإعلامي".

وفي الجدول رقم (5) يظهر تقويم صحافة المواطن من قِبَل المحررين المبحوثين العارفين بمفهوم صحافة المواطن في المواقع عينة الدراسة.

جدول (5) يوضح تقويم المحررين العارفين بمفهوم صحافة المواطن لهذه الظاهرة الإعلامية

المواقع / التقويم	بوابة الأهرام		"إخوان أون لاين"		محيط		مصراوي		المصريون		"أون إسلام"		المجموع بالنسبة المئوية
	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	
لا يرقى للعمل الإعلامي	2	%14	1	%6	1	%7	-	-	3	%37	-	-	%10
بعضه جيد وبعضه رديء	6	%43	9	%50	4	%29	2	%67	2	%26	4	%25	%37
مهم بغض النظر عن الجودة لأنه يعبر عن أصوات الناس وضمائرهم	6	%43	8	%44	9	%64	1	%33	3	%37	12	%75	%53
المجموع	14	%100	18	%100	14	%100	3	%100	8	%100	16	%100	%100

ويظهر دور حراسة البوابة في عدم التقدير الكافي للتعامل مع الأخبار الواردة من المواطنين الصحفيين، حيث يستقبل هذه الأخبار محررو مصراوي والمصريون ويتأكدون منها ثم يستكملون الخبر ويضعون اسم المحرر على المادة في صيغتها الأخيرة، وقد يشار

للمواطن الصحفي في هذه الأخبار بموقع المصريون، رغم ما يمكن ابتكاره من وسائل تقنية وتحريرية غير تقليدية لإعطاء كلٍّ من المواطن الصحفي والمحرر حقوقَه الأدبية في صناعة الخبر.

وبصفة عامة، فإن أكثر من نصف المحررين العارفين بالظاهرة يرون أهميتها، بينما يرى عدد قليل من هؤلاء العارفين (10%) أنها لا ترتقي للعمل الإعلامي. ويجمع المحررون على ترحيبهم بنشر إنتاج صحافة المواطن، ولكنها ترهقهم بسبب عملية التمحيص والبحث عما يصلح للنشر... وذلك كما يظهر في الجدول رقم (5) المشار إليه قريباً.

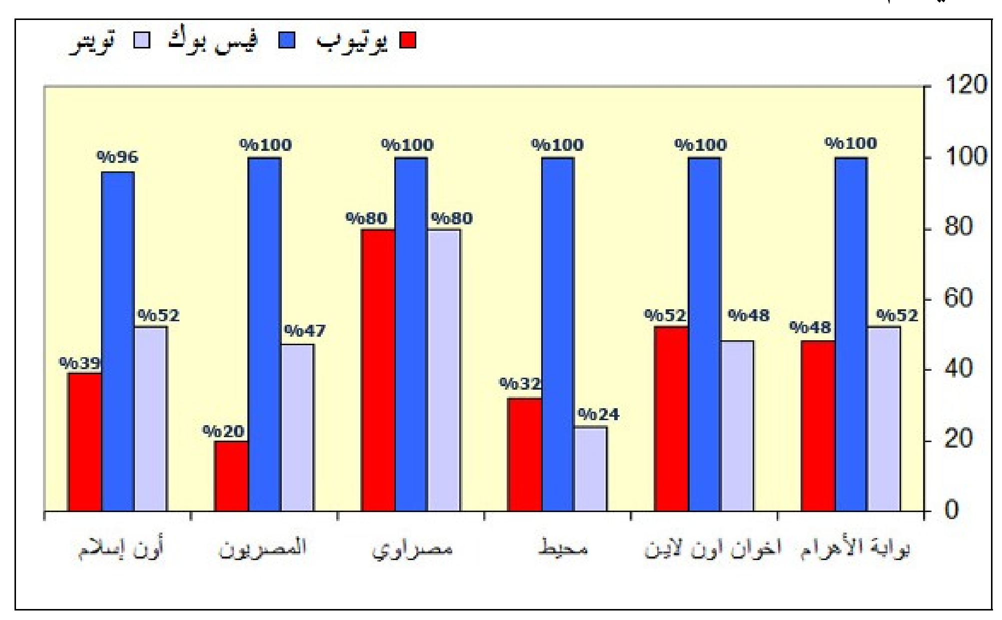
استخدامات القائم بالاتصال للشبكات الاجتماعية ومواقع الفيديو التشاركي:

يستخدم 99% من المحررين المبحوثين شبكة الفيس بوك، ويملكون حسابات شخصية على الموقع، ومن أكثر استخدامات المحررين للشبكة: التواصل مع الأصدقاء والمعارف، ثم متابعة آراء الناس على الشبكة. ويغلب على استخدامات المحررين للفيس بوك الاستخدام الاجتماعي، ثم المهني.

أما تويتر؛ فإن 45% من المحررين المبحوثين يستخدمونه، ويملكون حسابات شخصية عليه. ولا يستخدمه - مطلقاً - أكثر من نصف عدد المحررين المبحوثين (55%). وتغلب الاستخدامات المهنية على استخدامات المحررين لتويتر. ففي الأهرام ومحيط، يستخدمه المحررون أولاً من أجل "متابعة المستجدات في قضية ما". ولكن في "إخوان أون لاين" والمصريون يغلب غرض "تتبع آراء وتصريحات بعض الشخصيات العامة". وفي موقعي مصراوي و"أون إسلام" يتكثف الاستخدام من أجل "التعرف إلى آراء الناس حول قضية ما".

ويستخدم 97% من المبحوثين موقع يوتيوب، إما من خلال حساب شخصي (41%) أو بالدخول على الموقع دون استخدام حساب شخصي (56%)، وهناك نسبة قليلة جدًّا من المحررين لا يستخدمون الموقع أصلاً (3%). وتتمثل أكثر استخدامات المحررين لليوتيوب في "متابعة مواد الفيديو التي أثارت اهتمام الناس" [94].

ويلاحظ تفوق موقع مصراوي في استخدام المواقع الثلاثة، ربما لأن الموقع مهتم بتعيين عدد أقل من المحررين بأكبر كفاءة ممكنة. ويلي محرري مصراوي كلٌّ من محرري بوابة الأهرام و"أون إسلام" في امتلاك حسابات شخصية على المواقع الثلاثة.. كما يظهر في الرسم البياني رقم (3).



رسم بياني رقم (3) يوضح عدد المحررين الذين يملكون حسابات شخصية على فيس بوك وتويتر ويوتيوب في المواقع عينة الدراسة

المؤثرون في صناعة السياسة التحريرية:

أعطى معظم المحررين "مسؤولي التحرير" النسبة الأكبر في توجيه دفة السياسة التحريرية في كل المواقع عينة الدراسة، ما عدا "إخوان أون لاين"، حيث أشار محررو الموقع إلى الدور الأكبر الذي يلعبه الممول/جماعة "الإخوان المسلمون" في صنع السياسة التحريرية.

كما يعزو معظم المحررين مسؤولية الالتزام بأخلاقيات العمل الإعلامي إلى

"المحرر"، ويرون أنه يجب أن يكون أكثر انفتاحاً في عرض وجهات النظر؛ لأن الجمهور لم يعد من المقدور السيطرة عليه بعد أن صار أكثر اطلاعاً وامتلاكاً لأدوات المعرفة عن ذي قبل.

وقد تطابق رأي المحررين هذا مع ما أفضت إليه نتائج المقابلات؛ حيث ذكر مسؤولو التحرير أن المحررين الرئيسيين ومسؤولي الأقسام لهم الدور الأكبر في قيادة الدفة التحريرية في كل المواقع عينة الدراسة، باستثناء موقع "الإخوان المسلمون" الذي تلعب الجماعة الدور الأهم والأبرز في توجيه الموقع.

كما أن مسؤولي التحرير هم المسؤولون عن قرار النشر للموضوعات المكتوبة رقميًّا (في مصراوي والمصريون) أو التي جهزها المحررون على برامج النشر (بقية المواقع) ولكن أحياناً ما يتخذ المحررون قرار النشر الفوري في الطوارئ والموضوعات العاجلة، خاصة مع إمكانية التعديل الدائم بعد النشر.

ومن الملاحظ أن للجمهور دوراً في رسم وتوجيه السياسة التحريرية للمواقع. ففي بداية إنشاء المواقع يكون الجمهور محددًا، وما إن يتوافد جمهور غير متوقع على متابعة الموقع حتى يتم الاهتمام به وتعديل السياسة التحريرية للاحتفاظ به وكسب المزيد من مختلف الشرائح، وهذا يعكس دور الجمهور في إعادة تشكيل السياسة التحريرية.

ولكن المشكلة أن هذه السياسة لا يتفهمها بشكل واضح إلا مسؤولو التحرير. أما المحررون؛ فقد كشفت النتائج عن بلبلتهم في عدة مواقع وعدم معرفتهم بدقة ماهية الجمهور الذي يتوجهون إليه.

وتتصدر التعليقات النسبة الأولى في وسائل المحررين لتقويم عملهم في المواقع التي يعملون بها، مما يعكس اهتمامًا كبيرًا بالجمهور ورأيه ومزاجه وانطباعاته.

وقد حدث نوع من التطور في "دورة التعليقات" على المواقع عينة الدراسة، حيث

لم يكـن مسـموحًا بهـا في بدايـة تسـجيل هـذه الدراسـة (2006م)، ثـم تـدرجت المواقـع في استقبالها ونشرها وحذف المسيء منها من حيث الألفاظ أو الهجوم الحاد أو الإعلان والـترويج لفئات أو شخصيات معينة. ولا يمارس القائم بالاتصال دور المراقبة إلا في هذا الجانب. ولكـن في موقع "إخوان أون لاين"، لا يزال البعض يتشبث بالفكر التقليـدي لحراسـة البوابـة فيمنـع التعليقات على "رأي الجماعة" وبياناتها، رغم أنها الأولى بالتعليق والمناقشة!

المنافسة والمنافسون داخل المواقع الإلكترونية:

تعد "المنافسة" من أهم الموضوعات وأكثرها اختلافًا في الإعلام الإلكتروني. ففي الصـحف المطبوعة بمصر، لا توجد مؤشرات واضحة معلومة عن أرقام التوزيـع ونتـائج المنافسـات بـين الصحف، الكل يعمل في ضبابية غير مفهومة ولا مفسرة!

أما في المواقع الإلكترونية؛ فإن كل المواقع تسـتطيع أن تخـبر عـن نفسـها وغيرهـا بدقـة أرقام وإحصاءات الدخول على الموقع والصفحات بل والموضوعات نفسها، والكثير عن سـمات الجمهور ديموجرافيًا. ولكن المشـكلة في أن المنافسـين قـد يكونـون غـير محـددين بوضـوح في المواقع الإلكترونية نظرًا لتعدد المواقع والتدفق الكبير على الإنترنت.

ويلاحظ أن القائم بالاتصال (مسؤولي التحرير والمحررين) يكترث أولاً بمـؤشر أليكسـا في تقويم ترتيب موقعه على المستوى المصري والعربي، رغـم علمـه بمـا يحـيط بهـذا المـؤشر مـن علامات استفهام وانتقادات حول مستندات تقويمه ومحدداتها.

ومن اللافت أن طموح المواقع العامة/ غير الإخبارية هو الوصول إلى ترتيـب أعـلى عـلى مؤشر أليكسا على المستوى المصري والعربي. أما المواقع الإخبارية فإنها أكـثر تحديـدًا وتنافسًـا مع غيرها من المواقع الإخبارية المختصة في الشأن المصري.

وكان موقع "المصريون" يأمل – منذ إطلاقه - في أن يصدر جريـدة مطبوعـة بـنفس اسم الموقع، للتأثير في الوسط الصحفي والقراء المهتمين بالصـحف المطبوعـة، وهـو مـا لم يسـتطع تحقيقـه إلا بعـد ثـورة 25 ينـاير 2011م. وهـذا أيضـاً يعـد مـن دلالات "سـيطرة"

لذهنية "الصحيفة المطبوعة" على العاملين بالموقع، فضلاً عن كون معظم المحـررين صـحفيين معينين بصحف مطبوعة.

ومن الملاحظ أن تعدد شرائح الجمهور الذي يتوجه إليه كل موقع أدى إلى دخـول كـل موقع في منافسات مع مواقع عدة. وتعتقد الباحثـة أن المواقـع لـو حـددت جمهورهـا بدقـة وتخصصت في مضـمون واضـح أو خـدمات معينـة فـإن الإعلانـات سـوف تتزايـد عليهـا، لأن الإعلانات بطبيعتها تستهدف أغراضاً وجمهوراً أكثر تحديداً.

علاقة المواقع بالوسط الإعلامي والمجتمعي بمصر:

رغم عدم وجود تنظيم حكومي لإطلاق المواقع، إلا أن هنـاك تـدخلاً مـن جهـاز " أمـن الدولة" بوزارة الداخلية – قبل ثورة 25 يناير 2011م- في متابعـة العمـل الإعلامـي الإلكـتروني باعتبار المشهد الإعلامي يندرج برمته تحت الملفات الأمنية، التي لم ينجُ منها نشاطٌ مجتمعـيٌّ في مصر![95]. وهذا السبب أدى إلى محاولة بحـث المواقـع عـن شرعيـة وجـود أو مظلـة شـبه قانونية بإنشاء شركة يكون لها أهداف إعلامية لترعى الموقع كواجهة رسمية.

وهناك صدى لعمل المواقع الإلكترونية عينـة الدراسـة في الوسـط الإعلامـي والمجتمعـي المصري، فعلى سبيل المثال، هناك العديد من البلاغات والقضايا التي رفعت ضد المواقع عينـة الدراسة ومحرريها، وهذا في العرف الصحفي التقليدي من دلائل التأثير في المجتمع.

كما أن هناك اهتماماً من إدارة المواقع عينة الدراسة بعمل شراكات إعلامية، ومعظمهـا تكون مع مؤسسات غير مصرية، فيما عدا موقع مصراوي الـذي نجـح في عقـد عـدة شراكـات إعلامية من داخل مصر.

وتوجد اتفاقيات تبادل مضمون بـين بعـض المواقـع عينـة الدراسـة وعـدد مـن المواقـع والصحف والوكالات غـير المصريـة، وهـذا لـه إيجابيـات وسـلبيات، ومـن إيجابياتـه التفاعـل والتأثير، ومن أهـم سـلبياته الاستسـهال أحيانـاً في النقـل عـن الآخـرين عـلى حسـاب تجويـد

الإنتاج الخاص، فضلاً عن دور الوكالات وبعض الهيئات في رسم الأجندة الإعلامية والتأثير في المحتوى عبر هذه الشراكات.

وقد نالت بعض المواقع عينة الدراسة عدداً من الجوائز، معظمها من خارج مصر، وهذا يعكس قلة التقدير الذي تحظى به المواقع الإلكترونية والعاملين بها داخل الوطن.

ويعتقد 99% من المحررين المبحوثين أن للإنترنت دوراً كبير في الحشد لثورة 25 يناير، كما يتفق جميع مسؤولي التحرير في المواقع عينة الدراسة على هذا الرأي، وعلى حد تعبير مسؤول التحرير بموقع مصراوي فإن الإنترنت (وبالتحديد موقع فيس بوك) هو الذي حشد المليونية الأولى في الثورة.

ويجمع المحررون على أن الشبكات الاجتماعية هي الفاعل الأكبر وراء الحشد الإلكتروني للثورة، وأن الثورة أثرت على الأداء العام في المواقع عينة الدراسة وبخاصة في المزيد من الاهتمام بالوسائط المتعددة.

وذكر عدد من مسؤولي التحرير أن الإعلام الحكومي الإلكتروني كان خارج المنافسة تماماً بسبب أجندته الموجَّهة وسيطرة النظام عليه، ولكنه بعد الثورة تحرر من بعض هذه القيود الأمنية والسياسية ودخل بثقله (إمكاناته البشرية والتمويلية) وقوته (رصيده المهني والمؤسسي) في المنافسة الإعلامية على الإنترنت، وبخاصة موقع بوابة الأهرام الذي حقق نجاحا وانفرادات خبرية كثيرة بعد الثورة.

الكيان التنظيمي المأمول للعاملين في الإعلام الإلكتروني:

كانت هناك محاولات يائسة منذ سنوات لإلحاق صحفيي الإنترنت بنقابة الصحفيين المصريين من خلال إنشاء شعبة الصحافة الإلكترونية بها، ولكنها لم تفض حتى الآن إلى شيء. لذا.. سعى بعض أبناء الإعلام الإلكتروني المصري إلى إنشاء كيان تنظيمي جديد، وأفضت المحاولات إلى تجربتي "الاتحاد العربي للصحافة الإلكترونية" و"نقابة الصحفيين الإلكترونيين".

ولكن للعاملين في المواقع الإلكترونية رأي آخر، فقد رأى أغلبهم أن الانضمام لنقابة الصحفيين هو الأجدى والأفضل لهم، خاصة وأنهم يشعرون أنهم أقل تقديرًا في المجتمع مقارنة بزملائهم في الصحافة المطبوعة.

من هنا.. يفضل 73% من المحررين المبحوثين أن يتم إنشاء شعبة للصحافة الإلكترونية بنقابة الصحفيين المصريين، وأن ينضموا إليها، بينما يفضل الباقون (27%) إنشاء كيان نقابي جديد. وتتمثل أهم مطالب وآمال المحررين من الكيان التنظيمي المنتظر في:

1- إصدار ميثاق شرف ينظم العمل الإعلامي المحترف على الإنترنت (28.5%).
2- تنظيم عقود العمل والضمانات المادية للعاملين في الإعلام الإلكتروني (26.9%).
3- التدريب المتخصص والدائم للعاملين في الإعلام الإلكتروني (22.5%).
4- تنظيم العمل المهني للعاملين والتمييز بين الهواة والمحترفين (21.5%).

من جهة أخرى.. يفضل جميع مسؤولي التحرير في المواقع عينة الدراسة إنشاء شعبة خاصة للصحافة الإلكترونية في نقابة الصحفيين المصريين، بما يسمح للعاملين في الإعلام الإلكتروني بالالتحاق بالنقابة، لأنها الكيان الأمثل في نظرهم، نظرًا لثقلها ومصداقيتها وتاريخها الطويل. بينما يقترح المسؤول بموقع "أون إسلام" إنشاء نقابة موحدة للإعلاميين ينتسب إليها جميع العاملين في الإعلام بوسائله المختلفة.

العوامل المؤثرة في القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية المصرية:

ومما سبق، يمكن أن نستخلص العوامل المؤثرة في القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية المصرية فيما يلي:

أولاً: العوامل المهنية:

- عدم وجود سمات واضحة للمهنة، من حيث محدداتها واللقب الوظيفي الذي يطلق على العاملين فيها.
- سيطرة ذهنية الصحافة المطبوعة على بعض العاملين في الإعلام الإلكتروني وبخاصة الوافدين من الصحف المطبوعة، وذلك من حيث الاهتمام بالمهارات التحريرية على

حساب المهارات التكنولوجية، فضلاً عن الشعور السلبي بأن العمل في الإعلام الإلكتروني لن "يصنع لهم اسمًا صحفيًّا" مثل العمل في الصحافة المطبوعة.

- ضغط الوقت في المواقع الإخبارية المهتمة بالسبق والانفراد على الإنترنت.
- تشكل صحافة المواطن عبئًا في بعض الأحيان على القائمين بالاتصال المهنيين، إما لأنها قد تشكل منافسة، أو لأن متابعتها تستغرق وقتاً إضافيًّا، كما أن الاستعانة بها يمثل ضغطاً جديداً من أجل تنقيحها والاختيار منها وإعادة تحريرها.
- يعد الجمهور من أهم العوامل المؤثرة على القائمين بالاتصال في إعادة صياغة الرسالة الإعلامية، أو الرقابة عليها، أو ترتيب أولويات الاهتمام الإعلامي على الإنترنت.. وقد يلعب الجمهور دوراً مؤثراً أكثر من الممولين أنفسهم.

ثانياً: العوامل المؤسسية:

- كثرة المهام الموكلة إليهم مع قلة عددهم.
- عدم اهتمام إدارات المواقع الإلكترونية بقياس الرضا الوظيفي للعاملين بها، مما يؤثر على تراكم السلبيات داخل بيئة العمل.
- قلة اهتمام إدارات المواقع الإلكترونية بتدريب عامليها، مما يؤدي إلى تحمل القائمين بالاتصال وحدهم كُلفة التدريب وقتًا ومالاً.

ثالثاً: العوامل الخارجية:

- التطورات المتسارعة في مجال الميديا، وبخاصة في الإنترنت، وما يستلزمه من ضرورة التطوير الدائم لمهارات العاملين في الحقل الإعلامي الإلكتروني.
- سوء خدمات الإنترنت في مصر، بما يؤثر على الاهتمام بالوسائط المتعددة، وتعطل العمل أحياناً.
- البحث عن مظلة "شبه قانونية" لحماية الموقع من بطش أجهزة الأمن وغيرها في مصر، وذلك بإنشاء شركة تمثل غطاءً للموقع، وهذا يلقي بالمزيد من العبء المادي على تأسيس المواقع الفاعلة في مصر.

- يؤثر الترتيب العالمي للمواقع المصرية على "أليكسا" على القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية المصرية كأهم محددات "المنافسة" ومؤشرات حصاد العمل.
- دخول الإعلام الإلكتروني الحكومي (بإمكاناته البشرية والمادية) في حلبة المنافسة مع الإعلام الإلكتروني المستقل بعد تحرره من كثير من الضغوط السياسية بعد ثورة 25 يناير، حيث كانت المواقع المستقلة تنفرد وحدها في أحايين كثيرة بأخبار تتعلق بالأوضاع السياسية لا تذكر عنها شيئاً المواقع الإلكترونية الحكومية.
- قلة التقدير المعنوي بشكل عام في مصر للمواقع الإلكترونية المهنية والعاملين فيها مقارنة بالصحف المطبوعة، وعدم حرص المؤسسات الإعلامية والثقافية في مصر على تخصيص جوائز للمواقع الإلكترونية أو العاملين بها.
- عدم وجود اتحاد حقيقي وقوي يضم العاملين في الإعلام الإلكتروني يحفظ حقوقهم ويرعى شؤونهم ويعمل على تطوير المهنة والعاملين بها.

خاتمة وتوصيات:

أصبحت التقنية ذات صلة وثيقة بصناعة واحتراف الإعلام في جميع وسائطه ووسائله، ولكنها تبدو أكثر التصاقًا بصناع الإعلام الإلكتروني، لما يتطلبه الإنتاج من فهم سمات الوسيلة وإمكاناتها ومحاولة تطويعها لصياغة رسالة إعلامية قوية على المستويين المهني (الإعلامي) والتقني.

ولكن الكثير من الدعوات صارت ترتكز على تطوير المهارات التقنية للعاملين في الإعلام الإلكتروني، وكأن هذا الإعلام يقوم فقط على التفوق التقني. وإذا كان هذا صحيحًا؛ فلمَ لا يقوم بصناعته المطورون والمصممون والتقنيون الماهرون بالتكنولوجيا أكثر من أي أحد آخر؟!

الإجابة بالطبع: لا يمكن هذا، لأن صناعة الإعلام الإلكتروني تستعين بالمهارات التكنولوجية، شأنها شأن بقية القطاعات الإعلامية في الوسائل الأخرى. بينما عمل القائم بالاتصال ينبثق من المهنية الصحفية/الإعلامية والفهم لسمات واحتياجات

الجمهـور، وتطبيـق السياسـات التحريريـة وأهـداف الموقـع، فضـلاً عـن مواكبـة التغـيرات التكنولوجية الدائمة والتي تؤثر في صناعة الرسالة.

من هنا.. يصح القول إن التقنية لا تعد إلا دائرة واحـدة مـن ثـلاث دوائـر ينبغـي عـلى القائم بالاتصال على الإنترنت أن يعمل بها، وهي دوائر: النص، التقنية، التفاعـل. والانـدهاش بالتقنية، واستخدامها المرتجل، لا يصنعان – بمجردهما - إعلاماً محترفاً، في الوقت الذي أصـبح فيه المواطنون صحفيين، لا ينقصهم من صفات إعلاميي الإنترنت إلا بعض سمات "الاحتراف"!

وبذلك، فإن الرهان ليس على استبعاد وتهميش صـحافة المـواطن والتـدوين والصـحافة المدنية، وإنما على المنافسة بأدوات الاحتراف واستيعاب هـذه الظـواهر التـي أصـبحت واقعًـا يجب التعامل معه. وعلى القائم بالاتصال أن يتذكر دائماً أن استيعاب هذه الظواهر يُعلي من شـأن موقعـه ويجعلـه أكـثر مصـداقية واهتمامـاً مـن قبـل الجمهـور، بـل ويـثري الحـوار والديمقراطية معًا.

وكانت الباحثة تتوقع أن تكـون هنـاك "غـيرة" مـن القـائمين بالاتصـال في المواقـع عينـة الدراسة تجاه المدونين والمواطنين الصحفيين، ولكن المدهش أنها لم تجد شيئاً مـن هـذا، وإنمـا الغيرة مبعثها "الصحافة الورقية"، التي تقول عنها الدراسات الغربية أنها أصبحت "ذكرى مـن الماضي"!

وربما يكون السبب في هذا أن الواقع الإعلامي الإلكتروني وأبحاث الإنترنت في مصر عـلى بعد مسافات ضوئية من نظيراتها في الغرب! ولا تزال الصحافة الورقية في العالم العربي عموماً، رغم ما قد تمر به من بؤس وتدهور، في حالة صمود متصـدرةً مكانـة أرفـع في الإعـلام المصري عن الإعلام الإلكتروني.

ومـن المؤسـف في مصر، أنـه لا ذكـر لكلمـة "إنترنـت" في القـوانين المصريـة حتـى الآن، ولاسيما قانون الصحافة، الـذي يحتـاج بـدوره إلى إعـادة تعريـف مفهـوم "الصـحفي"، وربمـا تأصيل وتأطير مفهوم "الإعلامي".

كما يعمل محررو وصحفيو الويب بلا أي غطاء من أي مؤسسة أو تنظيم أو وزارة، وأقصى ما يطمح إليه البعض أن يتم تعيينهم "موظفين" بـ "شركات" (تمثل غطاءً شبهَ رسمي للمواقع الإلكترونية) حتى يتم التأمين عليهم صحيًّا واجتماعيًّا.. وهؤلاء هم المحظوظون!

أما السواد الأعظم من الإعلاميين في الإعلام الإلكتروني؛ فإنهم لا يتمتعون بأي مزايا اجتماعية أو صحية، ولا حتى بالاستقرار الوظيفي في أماكن عملهم، ولا توجد مؤسسة تدافع عنهم، فقط يحاول بعضهم أن يصل الليلَ بالنهار كي يعمل في مؤسسة أو جريدة ورقية تؤمن له القليل مما يستحق ماديًّا ومعنويًّا.

ويكفي أن يتم هدم مؤسسة كشبكة "إسلام أون لاين"، ويجد أكثر من 300 موظف وصحفي أنفسهم (ومن وراءهم أسرٌ وعوائلُ كثيرة) في مهب الرياح فجأة، ولولا إصرارهم واعتصاماتهم ما أخذوا أيًّا من حقوقهم المادية!

ويرتكز إصلاح هذا الوضع على ضرورة إصدار قوانين وتشريعات في الدستور الجديد المنتظر، وأيضا إصدار قوانين جديدة تكفل العمل الإعلامي على الإنترنت، وتحمي العاملين به من خلال إنشاء كيان تنظيمي جديد يرعى شؤونه. أو إعادة النظر في دور الكيان القائم فعلاً (نقابة الصحفيين) في رعاية العمل الإعلامي على الإنترنت، والعاملين فيه، وتدريبهم، وتشجيع المهنية الصحفية على الإنترنت.

ومن جهة أخرى، تأمل الباحثة أن تقوم المواقع بدور أكبر في تدريب محرريها والعاملين بها، ومحاولة تحسين أوضاعهم المادية والتأمين عليهم، فضلاً عن الاهتمام بعقد اجتماعات دورية حول أساسيات العمل، مثل تحديد طبيعة الجمهور ومتطلباته، وأهداف الموقع، ومناقشة السياسة التحريرية، وتقويم العمل بشكل دوري، والاهتمام بقياس الرضا الوظيفي.

... ...

وتناولت الدراسة في شقيها النظري والميداني تطور دور "حراس البوابة" وأثره في

مراقبة الإنترنت، ووجوب إعادة النظر فيه؛ نظرًا لانفتاح الجمهور على قنوات المعلومات بشكل يجعله لا يستوعب الأفكار التقليدية عن الحجب والإملاء، في الوقت الذي قد يكون فيه بحاجة إلى دور "المرشد" و"الناصح" و"المفسر" للمعلومات.

ونحن بمصر، نوصي بأن يستوعب إعلاميو الإنترنت الدور المهم والمؤثر في المناخ الإعلامي الضبابي بعد ثورة 25 يناير، حيث أصبحت هناك تخمة في المعلومات، وتدفقات يومية من الأحداث، وتناقضات في المواقف والأداء العام في المجتمع، بما يجعل المصريين في حيرة من أمرهم وغيبة عن أهداف ثورتهم ومتطلبات مجتمعاتهم.

ومن هنا يأتي أهمية أن يقوم إعلاميو الإنترنت بتنظيم المعلومات وربط الأحداث والاهتمام بالتفسير والإيجاز، وإدارة حوارات "راشدة" في الفضاء الإلكتروني، الذي أنهكته الفتن والتحزبات والتهكمات.

... ...

ولم تستطع الدراسة أن تجيب عن كل الأسئلة العلمية المتعلقة بالواقع المهني وسمات القائمين بالاتصال في مصر؛ لأن المجال أثرى من أن تستوعبه دراسة واحدة. لذلك.. توصي الباحثة بإنجاز ما يكفي من دراسات حول القائمين بالاتصال، أهمها دراسات الملاحظة بالمشاركة للاقتراب أكثر من عملهم ومهاراتهم والضغوط الملقاة عليهم، فضلاً عن مقارنتها بالواقع في الصحافة المطبوعة، بل والتليفزيونية أيضاً.

كما توصي الباحثة بالمزيد من الدراسات على الحراسة المفصلية للبوابة على الإنترنت في الدول العربية حاليًا. وقد كانت دراسة شريف درويش اللبّان من الدراسات المبكرة الرائدة في هذا، ولكنها أنجزت قبل عدة سنوات وتحتاج الآن إلى التحديث والمزيد من التوسع في دراسة الظاهرة، والمقارنة بين الحراسة في الوطن العربي ومثيلتها في الغرب، ودور القوانين في "تسويغ" و"تقنين" هذه الحراسة.

... ...

بهذا يمكن إيجاز التوصيات في:

1- أن تقوم الحكومة المصرية بدورها في رعاية العمل الإعلامي الإلكتروني من خلال وضع ضوابط لحماية الملكية الفكرية على الإنترنت، والوقوف بجانب الكيانات التنظيمية الجديدة التي تضم العاملين في مجال الإعلام الإلكتروني لتكون في قوة ومكانة نقابة الصحفيين المصريين، فضلا عن كفالة حرية التعبير وعدم ملاحقة العاملين في الإعلام الإلكتروني بشكل غير قانوني.

2- ضرورة اهتمام الحكومة المصرية، ورجال الأعمال والشركات الخاصة المعنية، بتطوير خدمات الإنترنت التقنية وتحديثها باستمرار في مصر من أجل النهوض بمستوى الإعلام الإلكتروني والتوسع في تقنيات الوسائط المتعددة.

3- رعاية الحكومة المصرية لمجال الإعلام الإلكتروني من خلال إنشاء تنظيم أو كيان نقابي خاص يرعى شؤون العاملين به، ويكفل الإبداع والمبدعين على المستويين المهني والتقني، أو إنشاء شعبة خاصة للصحافة الإلكترونية في نقابة الصحفيين المصريين، بناء على مطالب معظم العاملين في المواقع الإلكترونية عينة الدراسة.

4- الانطلاق من هذه الرعاية المحلية، وذلك التقنين الداخلي، إلى آفاق تنظيم العلاقة وتطويرها بين العاملين بالإعلام الإلكتروني في العالم العربي، وجميع أنحاء العالم أيضاً، على غرار "اتحاد الصحافيين العرب"، و"صحفيون بلا حدود".. وما إلى هذه المؤسسات والروابط الناظمةِ أبناءَ المهنة في أرجاء العالم.

5- أن يقوم مسؤولو المواقع الإلكترونية بدورهم في تحديد ملامح السياسة التحريرية والجمهور المستهدف بدقة، وتداول هذا الأمر مع المحررين من أجل تناغم الجهود الإعلامية.

6- أن تقوم إدارات المواقع الإلكترونية بتعيين جميع العاملين بها، وخاصة الذين لا ينتمون إلى أماكن عمل أخرى، والتأمين عليهم صحيًّا واجتماعيًّا، فضلاً عن تدريبهم الدائم والمستمر على مهارات العمل الإعلامي على الإنترنت.

7- أن يجتهد المحررون في تحقيق التوازن بين متطلبات العمل الإعلامي على الإنترنت، من إتقان للتقنية، والحفاظ على "المهنية"، ورعاية صحافة المواطن، وتسويق منتجات الموقع على الشبكات الاجتماعية، فضلاً عن متابعة وتوجيه "الرأي العام" على الإنترنت بصفة مستمرة.

8- على المؤسسات الإعلامية في مصر، وبخاصة نقابة الصحفيين، أن تشجع العمل الإعلامي على الإنترنت من خلال ابتكار جوائز للمواقع الإلكترونية والعاملين بها.

9- أن يتباحث المهتمون بالإعلام الإلكتروني حول الشكل الأمثل لإعطاء المحررين بالمواقع "حقوقهم المعنوية" أسوة بزملائهم في الصحافة المطبوعة والفضائيات. وعلى سبيل المثال.. يمكن إنشاء صفحة خاصة بأعضاء هيئة تحرير الموقع على شاكلة "الترويسة" في الصحف المطبوعة و"التتر" في البرامج التليفزيونية، أو وضع أسماء المحررين في رأس كل صفحة/ قسم بالموقع، وذلك لأن العاملين بالإعلام الإلكتروني يعتقدون أنهم قد يحصلون على أجرهم المادي، ولكنهم يفتقدون إلى تحقيق الذات مهنيًّا داخل بيئة العمل الإلكترونية.

10- أن يولي الباحثون في الإعلام الإلكتروني بالوطن العربي المزيد من الاهتمام بالدراسات حول القائم بالاتصال وخاصة الميدانية منها، ومحاولة استحداث مناهج جديدة لدراسة بيئة العمل الإعلامي الإلكتروني، والحراسة المفصلية للبوابة على الإنترنت في الوطن العربي.

هوامش الفصل الثاني

---

(1) محمد سعد أحمد إبراهيم، مرجع سابق، ص181.

(2) محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، (القاهرة:عالم الكتب)، 2004م، ص 153.

(3) Jonathan Morgan: Web journalist, know thyself, OJR: The Online Journalism Review, 13/9/2006, Available at: http://www.ojr.org/ojr/stories /060913morgan /, accessed on: 21/12/2009.

(4) النعمي العالم: الممارسة المهنية للصحفيين في الصحافة الإلكترونية، ورقة مقدمة للملتقى العربي الأول للصحافة الإلكترونية "مستقبل وسائل الإعلام في العصر الرقمي"، القاهرة، فندق الشيراتون، 28-30 نوفمبر 2010م.

(5) عصام نصر سليم: حدود حرية الرأي في ساحات الحوار العربي عبر الإنترنت، المؤتمر العلمي السنوي السابع "الإعلام وحقوق الإنسان العربي"؛ الجزء الثاني، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مايو 2001.

(6) شريف درويش اللبان: الرقابة على شبكة الإنترنت: دراسة حالة دول الخليج العربي، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الخامس عشر، إبريل - يونيو 2002م.

(7) زهير مصطفى دولة وعماد محمد اشتيوي: القائم بالاتصال في المواقع الإخبارية الفلسطينية.. دراسة ميدانية، الجامعة الإسلامية بغزة، كلية الآداب، قسم الصحافة والإعلام، بحث غير منشور، مصور على الرابط التالي:

http://site.iugaza.edu.ps/jdalou/files/2010/02/p-j-100_(6).pdf

تاريخ التحميل: 2011/4/11م.

(8) السيد بخيت: الإنترنت وسيلة اتصال جديدة.. الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية، مرجع سابق.

(9) نظام إداري لمراقبة عناصر الإنتاج طبقًا للمواصفات العالمية، تتبناه بعض المواقع الإلكترونية والشركات بصفة عامة، حيث يصلح تطبيقه في عديد من الأنشطة الإدارية للحصول على شهادة الأيزو في إدارة العملية الإعلامية.

(10) محمد سعد أحمد إبراهيم، مرجع سابق.

(11) السيد بخيت: أخلاقيات العمل الإعلامي..دراسة مقارنة بين البيئة الإعلامية الرقمية والتقليدية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلد السابع، العدد الأول، يناير - يونيو 2006م.

(12) السيد بخيت: أدوار مستخدمي المواقع الإلكترونية في صناعة المضامين الإعلامية.. دراسة في المفاهيم وبيئة العمل، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلد التاسع، العدد الثاني، يولية - ديسمبر 2008م.

(13) سماح عبد الرزاق الشهاوي: علاقة التفاعلية باستخدام الشباب للمواقع الموجهة لهم على شبكة الإنترنت، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2009م.

(14) عادل الأنصاري: الصحافة الإلكترونية المعايير والضوابط؛ ورقة مقدمة إلى ندوة الصحافة الإلكترونية بنقابة الصحفيين؛ بتاريخ 2004/8/9م.

(15) محمد عبد الحميد: الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، (القاهرة: عالم الكتب)، 2007م، الطبعة الأولى.

(16) المرجع السابق.

(17) مها عبد المجيد صلاح: المتغيرات المؤثرة على التفاعلية في النشر الصحفي على شبكة الإنترنت، مرجع سابق.

(18) محمد بن سليمان الصبيحي: العلاقة الوظيفية بين القائم بالاتصال والجمهور.. دراسة وصفية في ضوء المتغيرات الاتصالية الحديثة في المملكة العربية السعودية، دراسة دكتوراه غير منشورة، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، كلية الدعوة والإعلام، قسم الإعلام، 2007-2008م، مصورة بصيغة pdf على الرابط التالي:

http://www.4shared.com/document/5SYI75tB/_____.html

تاريخ التحميل: 2010/11/12م.

(19) أحمد علي الشعراوي، مرجع سابق.

(20) منار فتحي محمد رزق: تصميم المواقع الإلكترونية للصحف المصرية على شبكة الإنترنت.. دراسة مقارنة في التقنيات والقائم بالاتصال والجمهور، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2009م.

(21) أمنيـة مصـطفى حامـد مصـطفى: اقتصـاديات إدارة المواقـع الإخباريـة الإلكترونيـة.. دراسـة تطبيقية على عينة من المواقع المصرية، رسالة الماجسـتير غـير منشـورة، جامعـة القـاهرة، كليـة الإعلام، قسم الصحافة، 2010م.

(22) شريف درويش اللبان: تكنولوجيا الاتصال.. المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية، (القـاهرة: الدار المصرية اللبنانية)، 2000م، الطبعة الأولى.

(23) هشام جعفر: الصحافة الإلكترونية في مصر.. الواقع والتحديات، المؤتمر الرابع للصـحفيين المنعقـد بالنقابة من 23-25 فبراير، 2004م.

(24) طارق عطية: مصر- على خطى الرواد، الإبداع في الصحف. التقرير الدولي لمجموعة أنوفيشـان لعام 2008، تمت الترجمة والنشر بالعربية بواسـطة برنـامج تطـوير الإعـلام بمصر مـن الشـعب الأمريكي، مطابع متروبول بمصر، 2008، ص ص: 4-7.

(25) نعايم سعد زغلول: الإنترنت كنافذة إعلامية جديدة.. الواقع والمستقبل، ورقة مقدمة للملتقى العربي الأول للصحافة الإلكترونية "مسـتقبل وسـائل الإعـلام في الـعصر الرقمـي"، القـاهرة، فنـدق الشيراتون، 28-30 نوفمبر 2010م.

(26) محمد عهدي فضلي: الإعلام الرقمي.. بين الصحافة الرقمية والورقية، طباعة أخبار اليـوم، د.ن، د.ت.

(27) تعتقد الباحثة أن مصطلح "الدراسات الأجنبية" غير مناسب مع تحقق نبـوءة ماكلوهـان بـأن العالم قد أصبح قرية صغيرة، وتعتقد أيضاً بأنه متصل بثقافة كان فيها مفهوم "الاحتلال الأجنبي" و "المساعدات الأجنبية". وربما يكون مصطلح "الدراسات غير العربية" هو الأنسب، مع التوضـيح بأن الدراسـات العربيـة هـي دراسـات أجراهـا العـرب سـواء أكانـت بالعربيـة أم بالانجليزيـة، و"الدراسات غير العربية" هي الدراسات التي أجراها غير العرب سـواء أكانـت بالإنجليزيـة (أو غيرها من لغات العالم) أم كانت مترجمة للعربية.

(28) Jane B. Singer: Online Journalists: Foundations for Research into Their Changing Roles,JCMC4(1) September 1998, available at: http://epr.sru. ac.th/zms40x/content /e125/e174/e416/e505/ONLINE_JOURNALISTS.pdf, accessed on: 26/4/2011.

(29) Jane B. Singer: The Journalist in the Network. A Shifting Rationale for the Gatekeeping Role and the Objectivity Norm, Trípodos, número 23, Barcelona,

2008, available at:http://www.tripodos.com/pdf/Singer.pdf31.pdf , accessed on: 21/11/2010.

(30) C. Max Magee: The Roles of Journalists in Online Newsrooms, available at:http://www.editteach.org/downloads/?download_id=167&filename=Roles of Journalists in Online Newsrooms.pdf , accessed on: 12-4-2011.

(31) Robert Niles: Michael Jackson's death and its lessons for online journalists covering breaking news, OJR: The Online Journalism Review , 29-6-2009, available at: http://www.ojr.org/ojr/people/robert/200906/1755/ , accessed on: 13-4-2011.

(32) Steve Paulussen: User Generated Content in the Newsroom: Professional and Organisational Constraints on Participatory Journalism, Westminster Papers in Communication and Culture © 2008 (University of Westminster, London), Vol. 5(2):24-41. ISSN 1744-6708 (Print); 1744-6716 (Online), available at: http://westminsteruni.dev.squiz.co.uk/__data /assets/pdf_file/0005 /20021/WPCC-Vol5-No2-Paulussen_Ugille.pdf , accessed on: 30/1/2010.

(33) وارين ليرود: الصحيفة التي تتمتع بالشفافية تفتح أبوابها أمام الجمهور، الإبداع في الصحف. التقرير الدولي لمجموعة أنوفيشان لعام 2008، تمت الترجمة والنشر بالعربية بواسطة برنامج تطوير الإعلام بمصر من الشعب الأمريكي، مطابع متروبول بمصر، 2008، ص ص: 8-13.

(34) Mindy McAdams: Reporter’s Guide to Multimedia Proficiency, available at: http://www.jou.ufl.edu/faculty/mmcadams/PDFs/RGMPbook.pdf , accessed on: 12-1-2010.

(35) ----------------------: Online Journalists Optimistic About Revenue and Technology,Concerned About Changing Values,available at:http://journalists .org/ resource /resmgr/docs/online_journalists_survey_re.pdf , accessed on: 14-1-2010.

(36) Thorsten Quandt: Online Journalists in Germany 2002.. The first representative survey on German online journalists, available at: http://www. tuilmenau.de/fakmn/fileadmin/template/ifmk/fachgebiete/Medienwissenschaft en/Dokumente/AEJMC_Paper.pdf , accessed on: 26-4-2011.

(37) Jo Bardoel&Mark Deuze: "Network Journalism":converging competences of old and new media professionals,availableat:http://jclass.umd.edu/ classes /jour698m /BardoelDeuze+NetworkJournalism+2001.pdf,accessed on:26-4-2011.

(38) تكررت الأزمة بمفردات جديدة وأبطال جدد في جريدة الدستور (الإصدار الثاني، برئاسة مؤسسها الأول الصحافي إبراهيم عيسى)، وهو ما يجعل هذه الحالة مهمة لاستقصاء أسبابها.

(39) وهم على الترتيب الزمني:

- مقابلة مع عبد الجليل الشرنوبي - رئيس تحرير موقع إخوان أون لاين. نت. في المركز الدولي للإعلام بالهرم، يوم الأحد 25/ 12/ 2005.
- مقابلة مع سامح عبد الله - مساعد رئيس تحرير جريدة الأهرام، مكلف بتطوير الموقع الحالي للأهرام. في مكتبه بالأهرام يوم السبت 2006/1/31.
- مقابلة مع إسلام حامد - سكرتير تحرير موقع محيط. كوم. في مقر شركة محيط بالمهندسين يوم الأربعاء 2006/2/8.
- مقابلة مع محمود سلطان - رئيس تحرير موقع المصريون. كوم؛ بمقر الموقع في عين شمس، في الأحد 2006/2/12.
- مقابلة مع عماد سيد - مدير تحرير موقع مصراوي؛ في مقر شركة لينك (التابع إليها الموقع) بالمعادي، يوم الثلاثاء الموافق 14 /2 / 2006.
- مقابلة مع محمد زيدان- نائب رئيس تحرير المحتوى العربي بشبكة إسلام أون لاين. نت، بمقر الموقع بالدقي يوم الأربعاء 2006/2/15.

(40) Karine Barzilai-Nahon, Seev Neumann: Gatekeepink in networks: a meta theoretical framework for exploring information control, presented in the JAIS Sponsored Theory Development Workshop, ICIS 2005, available at: http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.100.5600&rep=rep1&type=pdf, p 4.

(41) محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص 178-179.

(42) Karine Barzilai-Nahon, Seev Neumann,op.cit., p 4.

(43) Karine Barzilai-Nahon, Seev Neumann,op.cit., p 8.

(44) Jon Zmikly & J. Shane Tyree: The Gatekeeping Function of Online Newspaper Editions, Fall 2007, available at: http://www.jonzmikly.com/gatekeeping.pdf, accesed on: 21-11-2010, p 3.

(45) Sylvie van Nieuwerburgh: Journalists in a digital age..Trust will rule in the future of journalism, Thesis Master Journalism and New Media, Universiteit Leiden, available at: http://www.denieuwereporter.nl/wp-content/uploads/2007/10/Scriptie%20alles%20versie%202.pdf , accessed on: 28-1-2010, p12.

---

(46) جيهان أحمد رشتى: الأسس العلمية لنظريات الإعلام، (القاهرة: دار النهضة العربية)، 1993م، ص ص: 349-351.

(47) السيد بخيت: الإنترنت وسيلة اتصال جديدة.. الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية، مرجع سابق، ص123.

(48) Scott Adams: Gatewatching, Not Gatekeeping: Collaborative Online News, The Dilbert Future (1998: 202), available at: http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.155.4738&rep=rep1&type=pdf , accessed on: 21-11-2010. p 7.

(49) السيد بخيت: أدوار مستخدمي المواقع الإلكترونية في صناعة المضامين الإعلامية.. دراسة في المفاهيم وبيئة العمل، مرجع سابق، ص 24.

(50) Axel Bruns: The Active Audience: Transforming Journalism from Gatekeeping to Gatewatching, available at: http://snurb.info/files/The%20Active%20Audience.pdf , accessed on: 21-11-2010.p 6.

(51) Scott Adams, op.cit. , p 9.

(52) السيد بخيت: الإنترنت وسيلة اتصال جديدة.. الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية، مرجع سابق، ص139.

(53) السيد بخيت: أدوار مستخدمي المواقع الإلكترونية في صناعة المضامين الإعلامية.. دراسة في المفاهيم وبيئة العمل، مرجع سابق، ص25.

(54) Sylvie van Nieuwerburgh,op.cit. , p12.

(55) Sylvie van Nieuwerburgh,op.cit. , p 42.

(56) Scott Adams, op.cit. , p 9.

(57) Nils G. Indahl: The gatekeeper of one, A Danish version of this paper was presented in the anthology Når nettet ændrer verden (When the net changes the world), published by Børsens Forlag, Copenhagen, 2001, available at: http://www.indahl.com/documents/gatekeeper.pdf, accessed on: 21-11-2010, p 8.

(58) Karine Barzilai-Nahon, Seev Neumann, op.cit., p 5.

(59) محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، 159.

(60) Sylvie van Nieuwerburgh,op.cit., pp 12- 13.

(61) Jon Zmikly & J. Shane Tyree, op.cit., p 7.

(62) Axel Bruns: Community Building through Communal Publishing: The Emergence of Open News, available at: http://citeseerx.ist.psu.edu/ viewdoc/ download?doi=10.1.1.152.8171&rep=rep1&type=pdf, accessed on: 21-11-2010, p 4.

(63) Nils G. Indahl, op.cit. , p 2.

(64) Jon Zmikly & J. Shane Tyree, op.cit., pp 3- 4.

(65) Scott Adams: Gatewatching, Not Gatekeeping, p 21.

(66) كلمة تعريفية بخدمة أخبار جوجل، متوفرة على الرابط التالي: http://news.google.com/ intl /ar/about_google_news.html، تاريخ الدخول: 3-4-2011م.

(67) كلمة تعريفية بخدمة أخبار جوجل، مرجع سابق.

(68) Scott Adams: Gatewatching, Not Gatekeeping, p 21.

(69) مفصل- من ويكيبيديا الموسوعة الحرة، متوفر على الرابط التالي: http://ar.wikipedia.org /wiki /%D9%85%D9%81%D8%B5%D9%84/، تاريخ الدخول:3-4-2011، آخر تعديل لهذه الصفحة في 17:53، 4 يناير 2011.

(70) Karine Barzilai-Nahon, Seev Neumann: op.cit.

(71) المرجع السابق، واللافت للانتباه أن هذه الدراسة شاركت في إعدادها باحثة في جامعة تل أبيب.

(72) Greg Goth: Who—and Where—Are the new Media Gatekeepers?, IEEE DISTRIBUTED SYSTEMS ONLINE 1541-4922 © 2005 Published by the IEEE Computer Society,Vol. 6, No. 7; July 2005, available at: http://ieeexplore. ieee.org/stamp/stamp.jsp?tp=&arnumber=1501754, accessed on: 21-11-2010.

(73) Nils G. Indahl: The gatekeeper of one, op.cit, p 3.

(74) Greg Goth, op.cit. , p2.

(75) Ibid.

(76) شارك برأيك: تعليقاتكم: جوجل والصين والرقابة على الإنترنت، 14-1-2010، متوفر على الرابط التالي: http://newsforums.bbc.co.uk/ws/ar/thread.jspa?forumID=10920، تاريخ الدخول:5/4/2011م.

(77) ـــــــــــــ: جوجل تتهم الصين بتخريب بريد جي ميل الإلكتروني، 21-3-2011، متوفر على الرابط التالي:

http://www.bbc.co.uk/arabic/multimedia/2011/03/110321_google_china.shtml

تاريخ الدخول: 2011/4/5م.

(78) سمير محمد حسين: دراسات في مناهج البحث العلمي.. بحوث الإعلام، الطبعة الثانية، (القاهرة:عالم الكتب)، 1995م، ص:122.

(79) فاطمة عوض صابر، ميرفت على خفاجة: أسس ومبادئ البحث العلمي، (الإسكندرية: مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية)، 2002م، الطبعة الأولى، ص87.

(80) محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، (القاهرة: عالم الكتب)، 2004م، الطبعة الثانية، ص ص:157-159.

(81) فاطمة عوض صابر، ميرفت على خفاجة، مرجع سابق، 2002م، ص89.

(82) محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مرجع سابق، ص ص: 157-159.

(83) ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم: مناهج وأساليب البحث العلمي.. النظرية والتطبيق، (عمان: دار الصفاء للنشر والتوزيع)، 2000م، الطبعة الأولى، ص56.

(84) المرجع السابق، ص82.

(85) تفضل بتحكيم وإثراء الاستمارة كل من:

- د. أمل السيد: أستاذ مساعد بقسم الصحافة كلية الإعلام - جامعة القاهرة.
- د. حسني نصر: أستاذ مساعد بقسم الصحافة كلية الإعلام - جامعة القاهرة (تم تحكيم الاستمارة عبر البريد الإلكتروني لإقامته في سلطنة عمان).
- د. سحر مصطفى عبد الغني: مدرس بقسم الصحافة كلية الإعلام - جامعة القاهرة.
- د. سهير عثمان: مدرس بقسم الصحافة كلية الإعلام - جامعة القاهرة.
- د. عادل عبد الغفار: أستاذ مساعد بقسم الصحافة كلية الإعلام - جامعة القاهرة.
- د. علاء الشامي: أستاذ مساعد بقسم الإعلام- كلية البنات بجامعة عين شمس (تم

تحكيم الاستمارة عبر البريد الإلكتروني، وتمت مناقشة الاستمارة بعمق عبر موقع سكايب لإقامته بالسعودية).

- د. محرز غالي: مدرس بقسم الصحافة كلية الإعلام - جامعة القاهرة.
- د. محمد حسام الدين: أستاذ مساعد بقسم الصحافة كلية الإعلام - جامعة القاهرة (تم تحكيم الاستمارة عبر البريد الإلكتروني لإقامته بسلطنة عمان).
- د. هشام عطية: أستاذ مساعد بقسم الصحافة كلية الإعلام - جامعة القاهرة.
- أ. د. وليد فتح الـلـه بركات: الأستاذ بقسم الإذاعة كلية الإعلام جامعة القاهرة.

(86) عقيل حسين عقيل: فلسفة مناهج البحث العلمي، (القاهرة: مكتبة مدبولي)، 1999م، ص153.

(87) المرجع السابق، ص182.

(88) بيانات من على موقع أليكسا www. Alexa.com بتحديث يوم 2011/10/11م.

(89) بيانات من على موقع أليكسا www. Alexa.com بتحديث يوم 2011/10/11م.

(90) بيانات من على موقع أليكسا www. Alexa.com بتحديث يوم 2011/10/11م.

(91) بيانات من على موقع أليكسا www. Alexa.com بتحديث يوم 2011/10/11م.

(92) بيانات من على موقع أليكسا www. Alexa.com بتحديث يوم 2011/10/11م.

(93) بيانات من على موقع أليكسا www. Alexa.com بتحديث يوم 2011/10/11م.

(94) الهدف من إحصاء عدد المحررين الذين يملكون حسابات شخصية على يوتيوب هو التفرقة بين ذوي الحساب الشخصي والذين يدخلون بلا تسجيل، لأن التسجيل يمنح المستخدم خيارات أكثر أهمها رفع upload مواد الفيديو على الموقع.

(95) لم يذكر مسؤولو المواقع شيئًا عن الوضع الأمني بعد الثورة، إلا أن "المجلس العسكري" كان قد بدأ أثناء توليه زمام السلطة (منذ فبراير 2011م، وحتى تنصيب الرئيس المنتخب محمد مرسي في يونيو 2012م) التضييق على بعض الوسائل، وإحالة مدونين وإعلاميين إلكترونيين إلى المحاكمات العسكرية. بل.. وبدأ ظهور "رقيب عسكري" – ظاهر أو خفي - في بعض الوسائل الإعلامية يمنع ويجيز النشر!

الفصل الثالث

استخدامات الوسائط المحمولة

في العمل الإعلامي

(دراسة حالة لتجربتي

مؤسسة "المصري اليوم" والأفلام المستقلة المحمولة)

الفصل الثالث

استخدامات الوسائط المحمولة في العمل الإعلامي

(دراسة حالة لتجربتي مؤسسة "المصري اليوم" والأفلام المستقلة المحمولة)

مقدمة

ساهم انتشار التليفون المحمول بين جميع فئات المجتمع المصري في بروز عدد من الظواهر الإعلامية والاجتماعية، حيث تتصدر السوق المصرية المنطقة العربية من حيث عدد مشتركي شبكات المحمول، نظراً للتزايد المضطرد في عدد مستخدمي التليفون المحمول في مصر، وبخاصة مع انخفاض كُلفة الاتصال في ظل التنافس التجاري بين شركات المحمول الثلاث.

ويعد الولوج إلى شبكة الإنترنت عبر المحمول من أهم الاستخدامات الإعلامية له، فضلاً عن ظهور وسائط جديدة تُمكن المشتركين من الدخول على الإنترنت مثل أجهزة كايندل والآي باد وجالاكسي تاب، وهي ما يطلق عليها بعض الباحثين: "الأجهزة اللوحية" أو "الأجهزة الكفية".

كما يتفرد التليفون المحمول بصفة عامة كوسيلة اتصال، فلم يحدث أن انتشر في العالم جهاز/ اختراع تكنولوجي بسرعة انتشار الموبايل، كما لم يحدث أن كان هناك اختراعٌ (بصفة عامة) ووسيلة إعلامية (بصفة خاصة) باقٍ في قرب شديد مع المستخدم مثل المحمول. ويهدف صناع هذه الأجهزة المحمولة إلى وضع واحد منها على الأقل بين يدي كل شخص في كل مكان بالعالم، حتى الأماكن الفقيرة والنائية والتي لم تصل إليها بكفاءة خدمات البنى التحتية[1].

وتتعدد التسميات التـي تُطلـق عـلى التليفـون المحمـول، إلا أن اخـتلاف هـذه الأسـماء والألقاب لا يـؤثر عـلى وحـدة المضـمون[2]. فالألمـان يـدعون الهـاتف المحمـول بــ "اليـدوي" handy، والفرنسـيون بــ "دفـتر الملاحظـات" le portable. ويلقبـه العـرب بــ "الجـوال" و "المحمول" و "الموبايل" و "النقال" و"الخلَوي". بينما يسميه الصينيون "الهاتف" sho ji[3].

ونظرًا لانتشار الهواتف المحمولة وتأثيراتها الاجتماعية والثقافيـة والأمنيـة والاقتصـادية؛ فقد حرصت عديد من المؤسسات التعليمية والأمنيـة والحقوقيـة عـلى إصـدار أدلـة للإرشـاد حول كيفية استخدام الهواتف المحمولة في الأغراض المختلفة.

ويندرج التليفون المحمول تحت فئة الوسائط المحمولة أو المتنقلة، وهي الوسائط محل الدراسة، والتي تضم كـلًّا مـن التليفونـات المحمولـة Mobile Phones والأجهـزة اللوحيـة أو الدفترية Tablets والتي زادت معدلات انتشارها مؤخرًا في المجتمـع المصري. ويقـف النشـاط الاقتصادي وراء ماكينة التطور المتلاحق في الوسائط المحمولة. ووفقاً لورقة بحثيـة اقتصـادية.. فإن سرعة التطور في تقنيات برامج الهاتف الجوال تـرتبط بتحـديات البنيـة التحتيـة الرقميـة وأرباح النموذج التجاري[4].

أما عن الجانب الإعلاني في التليفون المحمول بصفة خاصة، فتؤكـد عـدد مـن الدراسـات على أن سوق الإعلان عبر المحمول هو الأغنى، ولكنه لم يحظَ بعدُ بالإنفاق الذي يستحقه[5].

ويبدو أن السوق المأمولة في مكاسب الإعلام المتنقل عبر الوسـائط المحمولـة قـد أغـرت الموسوعة الأشهر ويكيبيديا بالولوج إليها بحثًا عن الأرباح التـي عجـزت الصـحافة الإلكترونيـة عن تأمينها لصناعة الإعلام الرقمي.

فقد اعتزمت مؤسسة «ويكيبيديا» مـع مجموعـة مـن مقـدمي خـدمات الاتصـالات في الــدول الناميــة القيــام بتــوفير محتــوى موســوعتها الكبــير عــبر الرســائل النصــية القصــيرة SMS. وتســمح الخاصــية بالحصــول عــلى أي مقــال مــن موســوعة ويكيبيــديا عــبر إرســال

رسالة نصية قصيرة تحوي اسم المصطلح المطلوب معلومات عنه لأرقام ستحدد لاحقًا عبر مجموعة من شركات الاتصالات[6].

وكانت إحدى أهم التطبيقات لتوظيف المحمول والاستفادة من إمكاناته هو تحوله في اتجاه استخدامه كمركز إعلامي شخصي في مهنة الصحافة. فطبيعة انتشار الهواتف النقالة في العالم قد أثرت على المشاركة في عملية جمع الأخبار، ولا سيما تغطية الأخبار أو الأحداث العاجلة[7]، حيث الإعلاميون المحترفون غائبون أو لم يصلوا إليها بعد[8].

كما يوظفه الصحفيون – جنباً إلى جنب – مع الوسائط المحمولة في إنتاج العمل الصحفي المتكامل، وبهذا أصبح المحمول ووسائطه وسيلة لإنتاج الإعلام المهني وغير المهني والمساهمة في صناعة ظواهر اجتماعية وإعلامية، كما أن المحمول أصبح مصدرَ دخل مهمًّا للإعلام بصفة عامة.. وكل هذا هو ما تحاول هذه الدراسة العلمية الاقتراب منه، ورسم معالم الاستخدامات الإعلامية للوسائط المحمولة في مصر.

... ...

ويمكن الاقتراب من ظاهرة الإعلام المحمول/ المتنقل عبر مشهد رقصة الهارلم شيك Harlem Shake أمام المقر الرئيسي لجماعة الإخوان المسلمين بالمقطم؟.. المشهد يجعلنا نعيد التفكير فيما قاله مارشال ماكلوهان بأن "وسائل الاتصال ستجعل من العالم قرية صغيرة"، لأن التفاعل الاتصالي أصبح أسرع، وكأن القرية أصبحت بيتًا واحدًا متعدد الطوابق!

ما حدث، هو دعوة عدد من الشباب المعارض للتظاهر أمام مقر الإخوان الخميس 28 فبراير 2013م لإبداء آرائهم المعارضة عبر رقصة قصيرة اسمها Harlem Shake كانت قد انتشرت كالهشيم بين الناس عبر شبكات التواصل الاجتماعي في العام ذاته حتى وصلت مصر كأسلوب ساخر احتجاجي على سياسات القوى السياسية الحاكمة بمصر بعد سلسلة من الاحتجاجات النمطية التي ولدت رغبة في الابتكار وجذب الانتباه.

وفي اليوم نفسه، اعتدى سلفيو تونس بالضرب على طلاب المدرسة الثانوية بمنطقة الرقاب، التابعة لولاية سيدي بوزيد، وذلك بعد محاولة الطلاب أداء رقصة "هارلم شيك"[9]. وعقب أيام معدودة قام أحد شباب "الإخوان المسلمون" في مصر بأداء هذه الرقصة مع أصدقائه وهو عاري الصدر للسخرية بعدد من أعضاء جبهة الإنقاذ، ليكشف الفيديو أن الإعلام والثقافة الشعبية قد يكونان أكثر سطوة من هيمنة الحزبية والتوجهات الدينية.

ويُذكر أن هذا الانتشار الذائع على شبكات التواصل الاجتماعي وتعدد الفعاليات في الوطن العربي والعالم بأسره كان بأدوات بسيطة، وهي تصوير الرقصة القصيرة جدًّا وتحريرها ببرامج بسيطة ثم تحميلها على منصة العرض الجماهيري العالمية (اليويتوب)، لتحظى بعدد كبير جدًّا من المشاهدات والتقليد بين الشباب وذاعت على الإنترنت لتصبح هذه الرقصة بجدارة إحدى أيقونات الإنترنت "ميم إنترنت" Internet meme[10] بفضل ثنائية الهواتف المحمولة والشبكات الاجتماعية.

نظرة عامة على الدراسات السابقة

والتجارب العربية والعالمية في إعلام المحمول

انشغلت البحوث المصرية بدراسة ظواهر استخدام الإنترنت وتنامي الإعلام الجديد وتأثيرات الشبكات الاجتماعية عن دراسة اختلافات الوسيط وتأثيره في نمط الاستخدام وصناعة الظواهر الجديدة، خاصة وأن الإنترنت حاليًّا يستخدم عبر عدة أجهزة: الكمبيوتر الثابت، الكمبيوتر المحمول، الهواتف المحمولة، الوسائط اللوحية، التليفزيونات الذكية، ومن المتوقع أن يصل الإنترنت إلى معظم الأجهزة التي تعمل بالطاقة الكهربائية نظرًا لتطوير البُنى التحتية التى من الممكن أن توفر الإنترنت عبر إمدادات الكهرباء.

ومع هذا.. ندرت البحوث المصرية التي أولت اهتماما لدراسة الظواهر الإعلامية والاجتماعية المتعلقة باستخدامات المحمول والوسائط اللوحية، في الوقت الذي أولت

فيه بعض الدراسات العربية اهتماماً بجوانب من تلك الظاهرة، ولكنه اهتمام محدودٌ مقارنة بسبق الدراسات والأدبيات غير العربية وبخاصة في الغرب.

ويمكن التطرق إلى عدة محاور أساسية تطرقت إليها الدراسات المهتمة بالجانب الإعلامي من ظاهرة استخدامات المحمول بصفة عامة من قبل المستخدمين في بقاع مختلفة من العالم في ضوء التفاعلات الاجتماعية والثقافية والمجتمعية..

أولاً: تنامي ظاهرة المحمول وتأثير العوامل الإثنوجرافية:

هدفت دراسة هناء جاسم السبعاوي بعنوان "الآثار الاجتماعية للهاتف النقال" (2006)[11] إلى الكشف عن أهم الآثار الاجتماعية التي يمكن أن يتركها الهاتف المحمول سواء أكانت إيجابية أم سلبية، كما اعتمد البحث منهج المسح الاجتماعي بطريقة العينة، ووُظف الاستبيان أداةً لجمع البيانات على عينة قوامها (150) فرداً من مختلف المستويات العمرية والتعليمية والمهنية والاجتماعية.

وقد أظهرت النتائج تأثير متغيرات النوع والعمر والتعليم على نمط الاستخدام وكثافته، كما أظهرت النتائج أن الهاتف المحمول ساهم في طي المسافات بين الناس وزيادة التواصل الاجتماعي ولكنه أثر من ناحية أخرى سلبيًّا على العلاقات الاجتماعية وسبب فتورًا بها، كما أدى لبعض المشاكل الاجتماعية كزيادة أسباب ومعدلات الغيرة بين الأزواج، وإضاعة الوقت.

واهتمت دراسة سايلا بوتيانين "التحليل الثقافي لظاهرة الاتصالات المحمولة في فنلندا" (2007)[12] بتقديم رؤية ثقافية عن الإعلام والتواصل عبر المحمول في فنلندا، والتعرف إلى ماهية دور المحمول في التواصل والمظاهر الشخصية والعلاقات الاجتماعية بالمجتمع الفنلندي.

واعتمدت الدراسة على تحليل دور العوامل الإثنوجرافية في عملية الاتصال عبر المحمول، ووجدت أن استخدام المحمول أظهر تناقضًا عالميًّا بين سرعة التواصل والإزعاج المرتبط باستخدام المحمول. كما أثبتت النتائج الضمنية لهذا البحث تأثير

العوامل الإثنوجرافية على عملية الاتصال عبر المحمول، ولاحظت أن الاعتقادات الثقافية عن الاتصالات كانت في تغير مستمر وتأثر دائم بالمتغيرات المختلفة وبالحوارات الهاتفية والمكتوبة.

وهدفت دراسة شذى بنت عبد الواحد الحميد إلى دراسة "استخدامات المحمول في المجتمع السعودي" (2010)[13]، للتعرف إلى السمات الاتصالية للهاتف المحمول بالتطبيق على عينة من سكان مدينة الرياض، وخلصت الدراسة إلى عدد من النتائج من بينها: انعدام استخدام المكالمات المرئية والجماعية بين عينة الدراسة، والانزعاج العام من الرسائل الإعلانية المحمولة. ويستخدم البلوتوث بالدرجة الأولى لدى عينة الدراسة لتبادل الملفات السمعية والمرئية، وتأتي كاميرا الجوال أولى الخدمات الخاصة يليها تنظيم المواعيد. كما أظهرت النتائج أن أهم العوامل المؤثرة في استخدام الجوال في المملكة هي متغيرات العمر والجنس والمستوى التعليمي والدخل الشهري.

وقصدت دراسة صفاح آمال فاطمة الزهراء التعرف إلى أنماط استخدام الهاتف النقال لدى الطالب الجامعي في جامعة مستغانم الجزائرية(2010)[14]، واستخدمت أداتي المقابلة والملاحظة. ورغم أن الدراسة لمست الجوانب السوسيولوجية في علاقة طلبة الجامعة بالهواتف المحمولة، إلا أنها أفادت الباحثة على المستوى النظري أيضاً.

وخرجت الدراسة بعدة مؤشرات أهمها: اهتمام الطلبة بالجديد في التكنولوجيا كعلامة على الرقي الاجتماعي، هناك استخدام مكثف للوسائط المتعددة على المحمول، فضلاً عن استخدام الرسائل النصية sms برموز لا يفهمها إلا أطراف الاتصال، وهناك علاقة بين التخصص العلمي واللغة المستخدمة في كتابة الرسائل القصيرة. ووجدت الدراسة علاقة طردية بين الإمكانات التقنية للهواتف وبين زيادة استخدام الطالب لها، حيث يستخدم الطلبة المحمول أحياناً أثناء الشعور بالملل من المحاضرات لتجاوز إكراهات التنظيم. وانتهت الدراسة إلى أن الهواتف المحمولة وسيلة اتصالية متكاملة الأطراف ومتعددة الخيارات، لا سيما في الهواتف المتطورة.

وقدَّم تقرير "استخدام الأطفال للهواتف المحمولة- مقارنة على الصعيد الدولي لعام 2011"[15] صورة تفصيلية لاستخدام الهواتف المحمولة بواسطة الأطفال الذين تتراوح أعمارهم من 8 – 18 عامًا، وهو تقرير صادر عن تعاون بين اتحاد GSMA مع معهد أبحاث مجتمع الهاتف المحمول التابع لشركة NTT DOCOMO لإجراء بحث حول الاستخدام المتنامي للهواتف المحمولة بواسطة الأطفال في جميع أنحاء العالم.

وتم إجراء البحث الجديد مع أكثر من 3500 زوج من الأطفال والآباء في اليابان والهند وباراغواي ومصر، وخرجت الدراسة بعدد من المؤشرات منها:

- ملكية الهاتف المحمول من قبل الأطفال عينة الدراسة مرتفعة بنسبة 70%، وتحتل مصر أعلى نسبة بمعدل 94%.
- يستخدم 18% من الأطفال المصريين الكمبيوتر اللوحي، ولا يوجد دليل على أن مستوى دخل الأسرة أو الخلفية التعليمية للأبوين لها علاقة بملكية الأطفال للهواتف المحمولة أو باستخدامها.
- تختلف عادات استخدام الرسائل النصية والاتصال بين الأطفال من بلد لبلد وباختلاف الشريحة العمرية.
- أكثر وظائف الهواتف المحمولة شعبية لدى الأطفال هي: الكاميرات 51%، مشغلات الموسيقى 44%، مشغلات الأفلام الفيديو 26%. ويستخدم الأطفال وظائف الهواتف المحمولة أكثر من آبائهم.
- يستخدم 40% من الأطفال الممتلكين للهواتف المحمولة في عينة الدراسة هذه الوسائط المحمولة في الولوج إلى الإنترنت، ومن هؤلاء 73% يستخدمون خدمات الإنترنت عبر المحمول في التواصل عبر الشبكات الاجتماعية، ويميل عدد كبير منهم 80% إلى حماية خصوصياتهم على الشبكات الاجتماعية.

وكشف تقرير صدق مؤخرا عن شركتي google وبوزآند كامباني Booz & ompany، بعنوان "فهم الجيل الرقمي العربي" (2012)[16]؛ عدة حقائق حول كيفية استخدام الجيل العربي الحديث للوسائط المحمولة والإنترنت عبرها. ويُعرِّف

التقرير "الجيل الرقمي" بأنه يشمل "مستخدمي الإنترنت الناشطين الذين تتراوح أعمارهم بين 15 -35 عاماً، والذين يمتلكون كمبيوتر محمولاً أو تليفوناً محمولاً ذكيًّا، ويدخلون على شبكة الإنترنت عدة مرات في اليوم". وهم متعلمون ومستقلون، لديهم وعي سياسي حتى ولو لم يمارسوا أنشطة سياسية، ولا تزال الأسرة والأصدقاء هما الداعم الأول لمعظم قراراتهم. وأتيح للمرأة من جيل الإنترنت وبخاصة في منطقة الشرق الأوسط أن تعبر عن نفسها بحرية، وتشارك أفكارها، وتتواصل مع الرجال في الواقع الافتراضي، بينما كان تواصلها مع الرجال محدوداً في الأجيال السابقة.

وقد عايش جيل الإنترنت في العالم العربي حرب الخليج الثانية (حرب تحرير الكويت من الاحتلال العراقي)، أو سمع عنها على أقل تقدير وهو في سن صغيرة، كما تابع هجمات سبتمبر 2001م وما تلاها من أحداث، وشارك طبعاً في ثورات الربيع العربي. وهم في الوقت نفسه يتأثرون بشدة بالثقافة الغربية، ويخشون على أنفسهم وأولادهم ومستقبل الأجيال اللاحقة من التأثيرات السلبية لتلك الثقافة[17].

وأعطى التقرير عدة مؤشرات إحصائية حول جيل الإنترنت العربي، من بينها: يستخدم 83% منهم الإنترنت يومياً، يستخدم 40% منهم الإنترنت على الأقل خمس ساعات يوميًّا، يفضّل 78% منهم الإنترنت على التلفزيون، 37% منهم غير راضين عن عدد المواقع العربية الضئيل، يرغب 43% من أعضاء الجيل الرقمي العربي في بدء أعمالهم التجارية الخاصة.

ولم يغفل التقرير اتساع رقعة البطالة بين الشباب العربي في تلك الفئة العمرية اليافعة (15-24)، بنسبة 27%، والتي تعد النسبة الأعلى في العالم لهذه الفئة العمرية وأكثر من ضعف المعدل العالمي. كما أشار إلى أن عدد مستخدمي الإنترنت العرب الناشطين الذين تتراوح أعمارهم بين 15 و 35 عاماً هم حوالي عشرة ملايين شخص، أي 4% من عدد مستخدمي الإنترنت حول العالم والمقدر بـ 260 مليون شخص. وتوقع التقرير أن يرتفع هذا العدد بنسبة 11% ليبلغ 13 مليون في العام 2014.

ويعتبر المحمول وسيلة للولوج إلى المكتبات، ففي دراسة مسحية أجراها مركز بيو للأبحاث (2012)[18] ضمن مشروع أبحاث الإنترنت ونمط حياة الأمريكيين[19] Pew Research Center's Internet & American Life Project أن 13% من الأمريكيين في عمر السادسة عشرة فما فوقه (+ 16) يزورون خدمات المكتبات عبر المحمول، وقد نشرت هذه الدراسة في ديسمبر 2012م، ويلاحظ التقرير أن دراسة أخرى أجرتها جامعة واشنطن عام 2009 كانت قد خلصت إلى أن هذه النسبة 6% بين الأمريكيين عمر السادسة عشرة فما فوقه، بما يعني أن نشاط استخدام المحمول في زيارة المكتبات قد تضاعف خلال نحو ثلاث سنوات فقط!

ووفقاً لآخر تقرير رسمي صدر عن وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات المصرية حول مؤشرات الاتصالات في أغسطس 2013م[20].. فإن عدد المشتركين في خدمة الهاتف المحمول في يوليو 2013م: 96.89 مليون بنسبة انتشار تبلغ 115.76%، وذلك في مقابل 7.08 مليون مشترك في خدمة الهاتف الثابت.

ويحصي التقرير عدد مستخدمي الإنترنت في مصر بـ 35.81 مليون مشترك في يوليو 2013، ويُقدر عدد مشتركي الإنترنت عبر الهاتف المحمول بـ 13.20 مليون مشترك، وتبلغ نسبة مشتركي الإنترنت عبر المحمول من إجمالي مستخدمي الإنترنت 36.88 % كما هو موضح بالجدول رقم (6)[21].

ويزدهر انتشار تكنولوجيا المحمول في قارة إفريقيا، التي تعد القارة الثانية بعد آسيا في عدد اشتراكات الهواتف المحمولة[22]. وفي داخل إفريقيا، يزداد معدل استخدام الهاتف المحمول وتوظيفه في الصحافة الشعبية بدولة جنوب إفريقيا على سبيل المثال.. ففي تقرير صادر عن منظمة اليونيسيفUNICEF [23] بعنوان "جيل المحمول في جنوب إفريقيا" (2012)[24]، أوضح التقرير أن جنوب إفريقيا من أعلى مستخدمي تكنولوجيا الهواتف النقالة والشبكات الاجتماعية في القارة رغم تخلف البنى التحتية للإنترنت الثابت وقلة عدد ممتلكي الكمبيوتر. ويتصدر المراهقون والشباب الإقبال

على تبني تكنولوجيا الهواتف المحمولة، حيث يمتلك هواتف محمولة 72% ممن تتراوح أعمارهم (15-24) سنة. وأوضح التقرير أن العوامل الإثنوجرافية تلعب دورًا في تقسيم ملكية تكنولوجيا المحمول، منها العِرْق والعوامل الاقتصادية والاجتماعية.

وتناولت ورقة بحثية استخدامات الإنترنت عبر الموبايل (2012)[25]، وكيفية استخدام الناس للإنترنت أثناء التنقل بواسطة هواتفهم النقالة وأجهزة الكمبيوتر المحمول. وجنحت إلى مسلك مماثل لنتائج البحوث الإثنوجرافية حول شبكة الإنترنت، والذي يفترض أن أنشطة الإنترنت والفضاء الاجتماعي هي حتماً "مرادف آخر" لهُوية غير متصلة وفضاء اجتماعي.

جدول رقم (6) يوضح خريطة انتشار الإنترنت عبر الوسائل المختلفة في مصر

البيـــان	الوحدة	يوليو 2013	يونيو 2013	يوليو 2013	معدل النمو الشهري (%)	معدل النمو السنوي (%)
مشتركو الإنترنت فائق السرعة ADEL	مليون مشترك	2.03	3.39	2.43	1.65	19.68
مشتركو الإنترنت عن طريق الهاتف المحمول	مليون مشترك	10.87	13.55	13.20	- 2.56	21.50
نسبة مستخدمي الإنترنت عن طريق المحمول من إجمالي مشتركي المحمول	%	11.73	14.00	13.36	- 0.38	1.90
نسبة مستخدمي الإنترنت عن طريق المحمول من إجمالي مشتركي الإنترنت	%	35.02	37.69	36.88	- 0.82	1.86
مشتركو الـ USB Modem	مليون مشترك	3.07	3.35	3.34	- 0.37	8.81
نسبة مستخدمي الإنترنت واسع النطاق إلى إجمالي مستخدمة الإنترنت	%	90.07	91.45	91.42	- 0.03	1.35

وترى الدراسة أن السياق كثيراً ما يكون له دور في تشكيل أسلوب أو طريقة الناس في استخدامهم لإنترنت الموبايل. فمثلاً التحقق من أحوال الطقس أو البحث عن الاتجاهات باستخدام الهواتف الذكية يعبر عن الدوافع العملية للاستخدام. أما عن طريقة وصف المشاركين لتصفحهم المعتاد لموقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك وبريدهم الإلكتروني؛ فتعبر أكثر عن الدوافع الطقسية أو الاعتيادية. وبالمثل أيضاً.. يمكن تفسير الاستخدامات المحاكية من حيث كونها عملية أو اعتيادية، فضلاً عن كونها إيجابية أو سلبية.

وقدم نادي دبي للصحافة (2012) تقريراً[26]، مفصلاً وعميقاً، عن الواقع الراهن للإعلام العربي في عدد من الدول العربية من بينها مصر، ومستقرئاً التطورات المحتملة عربيًّا حتى 2015م في المناخ الإعلامي بفنونه المختلفة.

وفي جانب الإعلام الرقمي خرج التقرير بعدد من المؤشرات المستقبلية في العالم العربي:

يؤثر اختلاف الشرائح العمرية في المستقبل المتوقع لاستخدامات الوسائل المحمولة في المستقبل القريب أكثر من العامل الاقتصادي – وفقاً للتوقعات المطروحة في التقرير-؛ وذلك لأن أكثر من 50% من السكان في المنطقة العربية ينتمون إلى "جيل Y" أو إلى "جيل الألفية" (دون سن 25 سنة)، وهو الجيل الذي يوجه حاليًّا الاستهلاك والتفاعل مع المحتوى عبر أدوات رقمية متعددة بما فيها منصات الشبكة الاجتماعية، وتطبيقات الهواتف النقالة. ومن المتوقع زيادة نسبة استخدامات الأجهزة اللوحية بين "جيل Z" وهو الجيل الذي يتأرجح عمريًّا بين (10-14 سنة) ويستخدم الأجهزة اللوحية والهواتف الذكية منذ سن مبكرة قبل الحاسوب الشخصي/ الحاسوب المحمول.

بالنظر إلى الانتشار الواسع إلى الهواتف الذكية في المنطقة، فإن ثمة ميلاً واسعاً لتحميل واستخدام التطبيقات النقالة، ويستعمل مستخدمو الهواتف الذكية في المنطقة العربية ما يصل إلى 22 تطبيقًا بالمعدل، وهم مستعدون لإنفاق ما يصل إلى 26 دولاراً

شـهريًّا عـلى التطبيقـات. وتعـد أكـثر التطبيقـات المدفوعـة شـعبيةً تلـك المتعلقـة بالألعـاب والخدمات العامة والتعليم، ويفضل أكثر من 60% من المستخدمين اللغة العربية. ومـع ذلـك كله.. فإن عدد التطبيقات المطورة في المنطقة ما يزال قليلاً جدًّا في قائمة أكثر من 200 تطبيـق مستخدم عالميًّا.

تعد نسبة انتشار الهواتف الذكية في مصر منخفضة نسبيًّا (28%) مقارنة ببقيـة أسـواق المنطقة مثل الإمارات العربية المتحـدة. وعـلى الـرغم مـن ذلـك، فـإن 46% مـن مسـتخدمي الهواتـف الذكيـة والأجهـزة اللوحيـة في مصر يقومـون بتحميـل تطبيقـات لأجهـزتهم بشـكل منتظم، حيث يقوم ما يقارب 54%منهم بتحميل التطبيقات بوتيرة أسبوعية.

واسـتهدف مشروع بحثـي[27] بعنـوان "جيـل الإنترنـت: دراسـة اسـتطلاعية" (2012)[28] التعرف إلى السمات الرئيسية لمستخدمي الإنترنت، من خلال مقابلة واسـتبيان آراء مـا يقـرب من 10 آلاف شخص من فئات عمرية مختلفة من مستخدمي الإنترنت في 12 دولة (الولايـات المتحدة، كندا، المملكة المتحـدة، ألمانيـا، فرنسـا، إسـبانيا، المكسـيك، البرازيـل، روسـيا، الصـين، اليابان، الهند).

ويلاحـظ أن تقسـيم دون تابسـكوت، الفئـاتِ العمريـةَ المرتبطـة باسـتخدام الإنترنـت والتكنولوجيا يختلف عن تقرير دبي حول استخدام الإنترنت في العالم العـربي، وهـذه الفجـوة العُمرية ترجع إلى تأخر دخول الإنترنت في المنطقة العربية مقارنة بنشأته وانتشاره بالغرب.

وقد قسمت الدراسة الأمريكية أجيال الإنترنت إلى أربعة هم:

1- جيل طفرة المواليد: من يناير 1946- ديسمبر 1964.
2- جيل انخفاض المواليد (الجيل X): من يناير 1965- ديسمبر 1976.
3- جيل الإنترنت / جيل الألفية (جيل Y): من يناير 1977- ديسمبر 1997.
4- الجيل القادم (جيل Z) من يناير 1998- الوقت الحاضر.

ويلاحظ أن جيل الإنترنت كان أول الأجيال تأثرًا بالطوفان الرقمي، ففي كـل

مكـان يوجـد اتصـال عـريض بالإنترنـت: عـبر أجهـزة الآي بـود والهواتـف المحمولـة، التقـاط إحداثيات الجي بي إس، التقاط الصور، تبادل الرسائل النصية؛ فضـلاً عـن أن مواقـع التواصـل الاجتماعي مثل الفيس بوك تتيح لأبناء جيل الإنترنت متابعة كل حركة يقوم بهـا أصـدقاؤهم. وتوضح نتائج الدراسة انتشار الهواتف المحمولة واستخدام الإنترنت عبرها، حتى إن 75% من المراهقين في الولايات المتحدة الأمريكية (من سن 15 – 17 سنة) يمتلكون هواتف محمولة.

ووجـدت الدراسـة علاقـة عكسـية بـين اسـتخدام الإنترنـت ومشـاهدة وسـائل الإعـلام التقليديـة، حتـى إن التليفزيـون صـار مجـرد خلفيـة موسـيقية أثنـاء اسـتخدام الكمبيـوتر والمحمول.

ورصد دون تابسكوت عددًا من الظواهر الاجتماعية والثقافية في جيل الإنترنـت مقارنـة بجيل التليفزيون، وأكد أن التكنولوجيا أصبحت جـزءًا لا يتجـزأ مـن الثقافـة الشـعبية لجيـل الإنترنت في الدول محل الدراسة، ولكن تمركزها الديموجرافي في آسيا، ورغـم ذلـك فـإن القـوى المحركة المؤثرة في هذا الجيل على مستوى العالم تكمن في الغرب.

وأكدت الدراسة ذاتها أن الشاشة الصغيرة "الهواتـف المحمولـة" تعـد بمثابـة ثـورة لـدى جيل الإنترنت، وأنها في طريقها إلى أن تكون الوسيلة المفضلة للولوج إلى الإنترنت، خاصـة وأن هناك تزايداً في العلاقة الحميمية بين الشباب والهواتف المحمولة، حتـى بـات بعضـهم يشـعر بـ"رُهَاب الحرمان من الهاتف"، ومنهم من لا يغلق هاتفه أبـداً، أو ينـام وهـو في أحضـانه، في الوقت الذي أصبحت فيه الهواتـف المحمولـة أشـبه بالسـكين السـويسرية متعـددة الأغـراض والاستخدامات، ولكنها سكين رقمية أنيقة، وأقرب إلى أن تكون أجهزة كمبيوتر صغيرة وقوية.

وقد أجرت شركة "نيلسن"[29] للأبحاث التسـويقية دراسـة عـن "سـوق الهواتـف الذكية في دولة قطـر" (2012)[30] شـملت الدراسـة المسـحية لقـاءات أجريـت وجهـاً

لوجه مع عينة الدراسة في الفترة من ديسمبر 2011 إلى يناير2012، وقد تكونت عينة الدراسة من مجموعة من المقيمين في قطر، تتراوح أعمارهـم بـين 15 و 64 عاماً. وقـد اختـيرت عينـة عشوائية ضمن هذه المرحلة العمرية يشكلون كلا الجنسـين مـن بـين 1012 شخصـاً شـملتهم الدراسة.

وخلصت الدراسة إلى عدة مؤشرات أهمها:

- ارتفاع معدلات انتشار الهواتف الذكية في دولة قطر لتصل إلى 75 بالمائة.
- يعد التصميم العصري والحديث لأجهـزة الهواتـف الذكيـة السـبب الـرئيسي الـذي يـدفع المستهلكين لشرائها، أما أهم ما يميزها فهـي الخصـائص المبتكـرة في هـذه الهواتـف، يظـل استخدام الخصائص المميزة للهواتف الذكية كالتطبيقات والوسائط الإعلامية منخفضًا.
- يستخدم الهواتف الذكية في قطر بشكل عام الشـباب بـين سـن الخامسـة عشرة والرابعـة والثلاثين بدرجة أعلى من المراحـل العمريـة الأخـرى، وتكـاد تتسـاوى معـدلات اسـتخدام الذكور والإناث.
- يستشير أكثر من نصف أفراد العينة أقرباءهم وزملاءهم وأصدقاءهم قبل الشراء.

وأما عن معدلات استخدام التطبيقات والوسائط عـلى الجـوّال؛ فقـد بينـت الدراسـة أن الأغلبية العظمى من العينة ذكرت غياب التطبيقات على هـواتفهم بنسـبة 67%. بيـنما ذكـر أغلبهم (73%) أنهم لم يقوموا بتحميل أو شراء التطبيقات على جوالاتهم خـلال الثلاثـين يومـاً التي سبقت الدراسة. أما الذين لـديهم تطبيقـات جوالـة، فمعـدل مـا قـاموا بتحميلـه هـو 8 تطبيقات مجانية، مقابل شراء 5 تطبيقات. وتعد التطبيقات الموسيقية هي الأعلى طلبًا.

كما شارك أفراد العينة بمعدل بلغ 1-5 جلسات للألعاب الإلكترونية أسبوعيًّا، وهو نفس معدل استخداماتهم للشبكات الاجتماعية والتي يستخدمونها لرفع ومشـاهدة الصـور بشـكل أساسي. كما أشارت الدراسة في استنتاجاتها إلى غياب مجتمع مطوري التطبيقـات في السـوقين المحلي والإقليمي.

وقد صدر تقرير قطري رسمي حديث بعنوان "المشهد الرقمي في دولة قطر" (2013)[31]، يرصد ملامح المشهد الرقمي واستخدامات الإنترنت والتكنولوجيا بدولة قطر، ويستند التقرير إلى 1880 مقابلة مباشرة مع عينة ممثلة للسكان الذين يعيشون في دولة قطر من كلا الجنسين ومن مختلف الجنسيات والفئات العمرية والمواقع الجغرافية.

وخرجت الدراسة بعدد من المؤشرات أهمها ريادة الشباب القطري الذين تتراوح أعمارهم بين 15 و 24 سنة في جميع استخدامات التكنولوجيا، وفي خدمات الهاتف المحمول وصلت نسبة انتشار المحمول بين أفراد العينة في هذه الشريحة العمرية (100%)، كما أنهم في المقدمة أيضاً في استخدام الهاتف الذكي.. ليس فقط في المهام الأساسية مثل المكالمات الصوتية والبريد الإلكتروني، ولكن على نحو متزايد في تصفح الإنترنت، تبادل الرسائل الفورية، والجيل الأحدث من منصات الترفيه، وشبكات التواصل الاجتماعي، والتي يستخدمونها في كثير من الأحيان بشكل أكبر من الفئات العمرية الأخرى. بالإضافة إلى ذلك تعتبر أجهزة الكمبيوتر اللوحي الأحدث هي الأكثر شعبية عند الشباب في قطر.

ويتوقع التقرير وفقاً لإحصاءات الاستخدام أن يكون مستقبل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في قطر للأجهزة المحمولة؛ لأن أقل من نصف عدد مستخدمي الإنترنت في البلاد يستخدمون جهاز الكمبيوتر المكتبي الثابت للنفاذ إلى الإنترنت، مقارنةً بـ 87% يستخدمون جهاز الكمبيوتر المحمول و 55% يستخدمون الهاتف الذكي، و 14% يستخدمون الكمبيوتر اللوحي للدخول على الإنترنت.

ثانياً: الاستخدامات الإعلامية والصحفية للوسائط المحمولة:

تطرح ورقة بعنوان "الإعلام المحمول.. التقارب بين الإعلام والاتصالات المحمولة" (2001)[32] سؤالاً أساسيًّا حول تأثير تكنولوجيا المعلومات المتنقلة على التقارب بين وسائل الإعلام. وأشارت إلى حدوث تقاربٍ بين الوسائط المحمولة والاتصالات الجوالة والإعلام التقليدي. وبالمقارنة، فإن الجمهور قد اعتاد على الدقة

والجودة في الإعلام التقليدي كالجرائد والمحطات التليفزيونية، وهو بذلك ينتظر هـذه المزايـا في الإعلام المحمول.

وقد يؤدي عدم تحري الدقة في الإعلام المحمول إلى تجنبه تماماً مـن قِبـل المتلقـين، فـإن اهتمام الناس بوسائل الترفيه زادت من ألفـتهم لوسـائل الإعـلام المختلفـة، وقـابليتهم لتلقـي المعلومات من تلك الوسائل، وأحياناً ما تتحكم اهتماماتنا بنوع وسيلة الإعلام المستخدمة، كما أن الحصـول عـلي المعلومـات بسرعـة هـي أولويـة عنـد معظـم النـاس. إلا أن المغالطـة في المعلومات قد تجعل المستخدم يتجنب بشكل كامل ذلك الموقع غـير الصـادق أو تلـك القنـاة غير الدقيقة، ويبحث عن بديل يراه أقرب إلى الصدق والدقة.

وتناولت دراسة Stig Nordqvist تأثير الجوال علي الإعلام والتحديات الاعتيادية للعمل الصحفي(2007)[33]. وتوقعت الدراسة – وقتذاك - أن القراءة الإلكترونيـة مـن خـلال الجـوال ستؤثر بشكل كبـير عـلي السـوق تحديـداً بعـد إصـدار الجيـل الثالـث المتميـز بـأجهزة مرنـة ومتعددة الألوان وسهلة التوصيل ولها ذاكرة وطاقة كبيرة للبطارية وتنوع كبير في المحتوى.

وأشارت الدراسة إلى أن تعود استخدام الجوال في القراءة الإلكترونية يحتـاج بعضـاً مـن الوقت، وهذا الوقت ضروري حتى يكتمل نضج الخدمة، واستيعاب الناس كيفية اسـتخدامها. ولن تزال التكنولوجيا تواصل طريقها في التطور والتقدم حتى يتخلى المستهلكون عن ترددهم في استخدامها ويشرعوا في التعامل معها عـلى نطـاق أوسـع، لأن هـذا هـو التلقـي المجتمعـي الطبيعي مع كل ما هو مختلف في الأداءات التقليدية وليس مألوفاً من الأدوات.

ومن المفيـد أن تسـتثمر الشركـات الإعلاميـة هـذا الوقـت المتوقـع لانتشـار تكنولوجيـا المحمول، كما أن من الواجب عليها الاستعداد والتأهل لتوظيف هـذه التكنولوجيـا في عملهـا الإعلامي قبيل انتشار وتداول أدوات القراءة الإلكترونية في أيدي المستهلكين وصـيرورتها جـزءاً من حياتهم اليومية المعتادة.

وتنظر دراسة حول دور الجوال في صناعة الإعلام (2007)[34] إلى المحمـول باعتبـاره آلـة رقمية، ووسيلة ثقافية تستخدم في الإنتاج والتوزيـع والاسـتهلاك الإعلامـي. فارتبـاط الصـناعة الثقافية بالجوال يعمل على تغيير وسائل الإعلام وتطويرها وتوفير ساحات للتلاقي مع وسـائل جديدة. وتعرف هذه العملية باسم الوساطة الإعلاميـة Mass mediatizing، والتـي لا تهـتم فقط بتوزيع المضمون بل تهتم أيضا بنقله من الاستراتيجة والأنظمة الإعلامية وإظهـاره بلغـة جديـدة وتشـكيل ودمـج المحتـوى (المضـمون) الثقـافي الشـخصي في ممارسـات اجتماعيـة واستهلاكية.

وتبحث هذه الرسالة ثلاث تبعات لاستخدام الجوال وسيطاً إعلاميًّا:

- تحول وتغير منتجات ومقاييس الإعـلام النمطـي ودمـج قائمـة المضـامين وتحـول مفـاهيم المستخدمين عن إمكانات ومحتوى الإعلام الجوال. وهذا النظـام التصـوري يتصـور وجـود ظاهرة التداخل بين النطاقين العام والخاص.
- الانتقـال مـن التواصـل الاجتماعـي إلي الاسـتهلاك الاجتماعـي وتخطـي الهُويـة الإداريـة والممارسات الاستهلاكية لوسائل الإعلام.
- كما أن المزايا المعروفة لأجهـزة الجـوال الكلاسـيكية التقليديـة تسـتخدم الإعـلام المحمـول وسيلةً للمناقشة مؤثرة في الممارسات الاجتماعية (تقديم الهُوية، الانـدماج في مجموعـات، دعم الروابط الفعالة، الوصول للتحكم الشخصي.. وهكذا). وهذا يتعلق بقدرة المسـتخدم على إنتاج محتوى إعلامي وتجهيز الأماكن والأجهزة المُستخدمة وهذا مـا يسـمى بـالإعلام الشخصي. وفي هذا المجال فالإعلام الشخصي قادر على عرض وجهة النظـر الشخصـية أكـثر من الإعلام الرقمي.

ويوفر استخدام محتوى الإعلام الجوال نقط التقاء بـين أجهـزة الجـوال، ويـدعم الإعـلام الشخصي (يسمح للتعبير عن الهُوية الشخصية للفرد عن طريق برامج إعلاميـة)، والمناقشـات الإعلامية (تساعد على عرض وتبادل ودعم المعتقدات والشعائر الاجتماعية)، ويمكن فهم ذلك على أنه أداة لربط وسائل التكنولوجيا بالممارسات الاجتماعية.

تلعب الأمور الشخصية والجمالية دوراً فعالاً لتحقيق ما يسمى بأنماط الحياة الإعلامية. ومن المهم تفعيل التقارب بين الإعلام الشخصي ووسائل الإعلام الأخرى من حيث المشاركة والتواصل وإنشاء قنوات إعلامية مستقلة عن الإعلام الموجَّه المقيد بضغوط اقتصادية وسياسية. ويلعب الجوال دورًا هامًّا في تطوير المشاركة بين الإعلام الشخصي ووسائل الإعلام الأخرى، ويدعم التقارب والالتقاء بين مزايا كلٍّ منها كما هو موضح في كلٍّ من العمليتين التالية:

- تسجيل مستخدمي المحتوى الناتج من الإعلام الجوال لتطوير الإعلام الشخصي.
- تسجيل محتويات الوسائط المتعددة وتبادل الاتصالات الشخصية، كما هي الحال في الماركات المسجلة أو المحتويات المرخصة مثل النغمات أو الخلفيات. وهذا يشكل الإطار الرئيس لاعتماد وسائل الإعلام على الجوال.

وعالجت ورقة ديفيد كاميرون استخدام الإعلام المحمول في المناهج الجامعية لدراسة الصحافة (2007)[35]، باعتبار الهواتف المحمولة منصة الإنتاج الإعلامي، لما تتضمنه من إمكانات التسجيل الصوتي والمرئي فضلاً عن اتصالها بشبكة الإنترنت. ويلاحظ أنه بات هناك عدم وضوح في التمييز بين الاستهلاك والإنتاج بفضل إمكانات الهواتف المحمولة وتطوير ثقافة الإنتاج غير المهني. ولهذا أصبحت الهواتف المحمولة أداة هامة في تطوير هذا النموذج الصحفي.

وقد تغيرت دورة حياة العمل الصحفي بفضل توافر إمكانات الإنتاج الإعلامي عبر المحمول في أيدي الجمهور، وهو ما ساهم في ظهور شكل جديد من أشكال التغطية السمعية / البصرية للأحداث الإخبارية، وصار الجمهور قادرًا على نشر هذه الصور والمواد الفيديو بسلاسة وسرعة وتداولها في جميع أنحاء العالم. وبدت ملامح هذا التغير في دورة الأخبار التقليدية واضحًا في مشهد دعوة وكالات الأنباء جماهيرها للمساهمة المنتظمة بمحتوى هواتفهم النقالة في نقل الأحداث المهمة فور وقوعها، كما أصبحت الجماهير أكثر تقبلاً للصور المشوشة والصوت رديء الجودة كعنصر من عناصر التغطية الإخبارية الرئيسية.

وناقشت دراسة كاترين فيركلاس ديناميكية دور الجوال في تعزيز استخدام وتبادل المعلومات في إنتاج إعلام المواطن (2008)[36]، كما بحثت اتجاهات استخدام الهاتف الجوال بالتركيز على البرامج التي تجعل بث المحتوى أكثر سهولة، وعرضت الإمكانات الحالية والمحتملة لاستخدامات الهاتف الجوال في تعزيز إعلام المواطن وحرية تبادل المعلومات، من إمكانات التقاط صور وإنتاج مواد الفيديو وتسجيل مواد صوتية وإرسال رسائل sms فضلا عن الولوج إلى الإنترنت واستخدام خاصيتي البلوتوث Bluetooth والواي فاي Wifi. كما توقعت المزيد من اختراق الجوال معظمَ الأنشطة اليومية من الحصول على المعلومات إلى التعبير عن الرأي، وأيضاً في الإنتاج والاستخدام الإعلامي.

استهدفت دراسة سلوى حسن البنا التعرف إلى أسباب ودوافع استخدام الشباب خدمة الرسائل القصيرة SMS عبر القنوات الفضائية والإشباعات التي تعود عليهم من هذا الاستخدام (2009)[37]، واستخدمت أداتي الاستبيان وتحليل المضمون. ورأت الباحثة أن استخدام رسائل SMS في المجال الإعلامي سلاح ذو حدين، حيث يمكن عن طريقها خدمة أكثر من طرف في العملية الاتصالية. وبالنسبة للمشاهد أو المستقبل.. يمكن أن تمكن من التفاعل البناء مع المضمون المقدم وإكسابه شعوراً بالإيجابية والنشاط. كما أنها تعود بفائدة على المضمون المقدم أو الرسالة الإعلامية، بمختلف وجهات النظر والاتجاهات، وبالتالي يجذب التعامل معها أكبر عدد من المشاهدين للارتقاء بالمضمون المقدم وبالذوق العام واحترام عقلية المشاهد، وهذا يكسب شعبية أكبر للوسيلة وغيرها. هذا كله فضلاً عن العائد المادي الذي سيعود على القناة باستخدام هذه الرسائل.

أما الجانب السلبي من استخدام رسائل SMS؛ فيتلخص في أن القنوات توظف هذه التقنية التفاعلية لحض الشباب على المزيد من الإرسال إليها في مسابقات وسحوبات وخدمات معينة، لأهداف مادية بحتة، كما أنها تلهي الشباب بأشياء وهمية غير نافعة مثل الدردشة غير البناءة في "شريط الشات"، وتزيد من انتشار ثقافة الاستهلاك غير المسؤولة، خاصة مع ما أكدته الدراسة من نتائج تشير إلى دوافع الكبت العاطفي والجنسي التي تسيطر على الكثير من الشباب المواظبين على استخدام هذه الرسائل.

استهل الباحث جمال الرزن ورقته البحثية (2009)[38] بسؤال مهم: عندما يتسلح أي مواطن بمجموعة من الآلات الاتصالية الإلكترونية الصغيرة (آلة تصوير رقمية، حاسوب محمول، مسجل صوتي صغير، هاتف جوال عالي الجودة) وينزل إلى الميدان ويتجه صوب الحدث يقتنص الأخبار، فهل تمكنه تلك التقنية الذكية من التحول إلى صحفي؟ وإذا حظي بسبق صحفي؛ فهل يجرده مثل هذا السبق من صفة "المواطن الصحفي"؟

وتجيب الورقة عن هذه الأسئلة بالتأكيد على أن صحافة المواطن تمتاز بمجموعة من القواعد من المواقف التصحيحية لدور الصحافة أكثر من كونها نمطاً به مجموعة من القواعد الصارمة، وكأنها تسعى إلى إعادة الاعتبار والتمسك بسلة المُثُل التي تبشر بها الديمقراطية وكيف أن المواطن بإمكانه أن يقرر مصيره ويحدد مستقبل أبنائه، ويختار نوعية الحياة التي يريدها، ومن خلال مشروعها لإنقاذ الديمقراطية تريد صحافة المواطن إنقاذ الاتصال والإعلام من آليات التوظيف، حيث يبرز دور صحافة المواطن في تفعيل دور النقد الذاتي داخل مهنة الصحافة وتوسيعه وهو أمر لا يستهان به، وذلك حتى يوفر الصحفي المواطن لنهجه نوعاً من المشروعية والاعتراف داخل الجسم الصحفي التقليدي الذي يعتبر أن الصحفي إنسان فوق الخطأ والنقد والعقاب.

وحاول عبد العزيز قبلان (2009)[39] فهم الدور الذي يلعبه الفراغ في اللجوء إلى استخدام وسائل والاتصال الجماهيرية أو اللجوء إلى النشاطات الأخرى لقضاء وقت الفراغ في المجتمع المصري، ومعرفة الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام والاتصال في هذه العملية وتحديد العوامل المؤثرة في هذا الاستخدام والكشف عن الظروف النفسية والاجتماعية والجسدية.

واستخدم الباحث أداتي الاستبيان وتتبع المذكرات اليومية للمبحوثين، بالمقابلة أو ملء المبحوث للمذكرة بنفسه. وبرزت عدة مؤشرات في نتائج الدراسة، منها: تأتي الزيارات والمكالمات التليفونية في المرتبة الخامسة في الاستخدام بأوقات الفراغ، حيث

تستغرق 59 دقيقة من يوم المبحوثين، ويبدو من الدراسة أن هذا الاستخدام لم يندرج في إطار الأنشطة الإعلامية والاتصالية.

ويلاحظ الباحث أن مشاهدة التليفزيون هي النشاط الأكثر ممارسة من النشاطات الإعلامية والاتصالية، يليها تصفح الإنترنت، وتأتي قراءة الجرائد والمجلات في المرتبة الثالثة. كما بينت الدراسة أن تصفح الإنترنت يشترط أن يكون المرء في حالة نفسية وجسدية جيدة، مقارنة بمشاهدة التليفزيون الذي يعد "أسهل" وسيلة لقضاء وقت الفراغ.

ويرى حسن عامر في ورقة بعنوان "نماذج تمويل المواقع والصحف الإلكترونية" (2010)[40] أن المحمول يمكن أن يكون وسيلة لدر دخل مادي على الصحافة الإلكترونية عبر خدمتين: "الاشتراكات" لمتابعي خدمات إعلامية محددة سواء بالاطلاع المباشر أو تلقي الخدمات عبر الهاتف المحمول كما في صحيفة فينينشال تايمز والواشنطن بوست ومجموعة صحف ماردوخ، أو من خلال "بيع المحتوى الإعلامي لشركات المحمول" والتي يمكنها توظيفه وتسويقه عبر التطبيقات المختلفة.

تناول حسنين شفيق (2010)[41] الهاتف المحمول باعتباره وسيلة إعلامية جديدة منافسة للوسائل الأخرى السابقة الظهور، وأكد أن المحمول يقوم بكل وظائف الوسائل الإعلامية الأخرى كما تناولتها نظريات الإعلام، مثل: الإخبار، الإعلام والتعليم، ترابط المجتمع ونقل تراثه، وظيفة الترفيه، الرقابة، الإعلان والترويج، تكوين الآراء والاتجاهات.. ولاحظ الباحث أن المحمول غيَّر طريقة الاتصال الشخصي وجعلها لا تتقيد بحدود المكان والزمان ولا تشترط الاتصال المواجَهي، فالمكالمات المرئية سهلت التواصل الذي لا يتطلب إلا توافر خدمات الإنترنت G3 وG4 للقائمين بالاتصال، وأن الإعلانات على المحمول يمكن أن تتفادى مشاكل الإعلانات التليفزيونية، وأنه يُعد مستقبلاً لانتشار "تليفزيون المحمول".

وأوضحت الدراسة أن الهاتف المحمول يسجل انفرادات صحفية عالمية من خلال

المواطنين الصحفيين، وأن الرسائل القصيرة لها العديد من الاستخدامات الإعلامية. وتوقع أن يكون "تليفزيون المحمول" من الاستخدامات الأكثر انتشارا في المستقبل.

وتطرقت دراسة حول "أوجه اختلاف الإنترنت المتنقل" (2010)[42] إلى أوجه الاختلاف بين التصفح عبر الإنترنت من خلال المحمول والتصفح عبر الحاسب الآلي الشخصي. إذ توجد عدة معوقات في تصفح الإنترنت عبر المحمول أهمها صغر الشاشة وصعوبة القراءة عليها، وضعف أو انعدام الشبكة في مناطق كثيرة.

وتطرقت الدراسة إلى علاقة التصفح عبر الوسائط المختلفة بالنشاط التدويني المصغر Microblogging، كما لاحظت تأثير عاملين في تصفح الإنترنت عبر المحمول: أولهما ارتفاع كُلفة التصفح عبر الإنترنت وهو ما يجعل المتصفح يميل إلى الضغط على الروابط التي تظهر في أعلى شاشة الموبايل وهو ما يظهر جليًّا تأثير الوسيلة في اختيارات المستهلك. أما عن العامل الثاني فهو بحث المستهلكين دوماً عن المعلومات التي تتعلق بمحيطهم الجغرافي كالمحلات التجارية، وهو ما يمكن أن يؤثر في سوق التجارة عبر الإنترنت.

ووفقاً لدراسة أعدتها شركة TM capital الأمريكية حول استثمار العلاقة بين الشبكات الاجتماعية والوسائط المحمولة (2010)[43]، يلاحظ توسع المستهلكين في استخداماتهم لوسائل الإعلام الاجتماعية علي هواتفهم النقالة إلي درجة أصبح من الصعب قياس معدلات التبني. وفي نوفمبر من العام 2010، استضافت شبكة فيس بوك للتواصل الاجتماعي حدثًا خاصًّا بوسائط الهاتف النقال، حيث أعلنت أن لديها مايقرب من 200 مليون عضو نشط يستخدمون منتجاتها للهواتف النقالة بمعدل أعلى من العام السابق (65 مليون). وقد أعلنت شبكة الفيس بوك أن جمهور مستخدميها عبر الهواتف النقالة أكبر من قاعدة مستخدمي هواتف الآيفون والهواتف التي تعمل بنظام تشغيل Android، وأن نشاط مستخدمي الفيس بوك هؤلاء يعادل ضعف نشاط مستخدمي سطح المكتب. وبهذا يمكن الاستفادة من المعلومات الإحصائية التي

توفرها الشبكات الاجتماعية عن مستخدميها للوصول إلى المستهلكين عبر الهواتف المحمولة.

وتمحورت دراسة جاكو سينيسالو (2010)[44] حول الدور المحتمل للجوال كقناة وسيطة خلال إدارة علاقات العملاء، لأنه يمثل بيئة متعددة القنوات. ورغم الاستفادة الحتمية لكلٍّ من العميل والشركة جرَّاءَ استخدام الجوال في إدارة علاقات العملاء، إلا أنه يندر استخدامه حتى تاريخ هذه الدراسة. والمثير للدهشة أن الجوال له إمكانات خاصة واستثنائية في التواصل مع العملاء مقارنة بقنوات التواصل الأخرى، بالإضافة إلي أن استخدام الجوال في التواصل يوفر المال والوقت حيث إنه يمكن بسهولة استبدال التواصل عبر الجوال بالمقابلات الشخصية.

وتقدم هذه الدراسة نقاطاً رئيسة للشروع في الاستخدام الفعلي للجوال وسيطاً في إدارة علاقات العملاء، وتأمل أن يزيد تشجع المديرين، بغض النظر عن مجال إدارتهم، للنظر فيما إذا كان يمكن أن تتوفر لشركاتهم قيمة مضافة من أي نوع جراءَ استخدام الهاتف الجوال في إدارة العلاقات مع العملاء.

وتناولت ورقة بيدرو مونتيرو أوجه الاختلاف في الصحافة "الدفترية" على الأجهزة اللوحية tablets[45]، وذكر الباحث عدة أوجه للاختلاف على مستوى الشكل والمضمون والتي تعكس اختلاف الوسيلة وضرورة تمتع القائم بالاتصال بمهارات خاصة، وكانت أهمها:

- صناعة أخبار يمكن قراءتها ومشاهدتها ولمسها: إذ تحوي أغلب أجهزة الكمبيوتر اللوحية شاشةً كبيرة تتيح للمستخدم الإبحار باستخدام أصابعه، واستهلاك الأخبار من خلالها لا يكون بمجرد القراءة أو متابعة الصور، لأن القراء يتوقعون من استخدام الأجهزة اللوحية أن تقودهم إلى أعماق القصة باستخدام الوسائط المتعددة.
- ملاحظة أن "الدفتر" tablet ليس موقعًا على الإنترنت: ولكنه ليس أيضاً مجرد

نسخة ملف pdf من الصحيفة المطبوعة، ويعتمد تصميم "الـدفتر" عـلى اكتشـاف تـوازن مثالي بين المتعة البطيئة للقـراءة وثـراء الخـبرة الـذي يمكـن أن يقدمـه المحتـوى الرقمـي، كالاستفادة من الفرص الرقمية، مثل: الـروابط hyperlinks للكلـمات والكلـمات الدلاليـة tags، واستخدام القوائم المنبثقة popup menu للمزيد من المعلومات.

- يتطلب مهارات خاصة لفريـق نشر "الطبعـة الدفتريـة" في صـالات التحريـر، منهـا ضرورة وجود "صحفيين بصريين" يرسمون - مع المحررين - "اسكتش" لنسبة لا تقل عن 20% من المقالات، ويديرون انسياب المقالات وآلية الإبحار من أحدها للآخر، كما يتوجـب أن يضـم الفريق صحفيين لديهم مهارات في التعامل مـع الصـوت والفيـديو والتصـوير الفوتـوغرافي لإنتاج مثل ذلك المحتوى.

واستهدف تقرير مركز مساعدة وسائل الإعلام الدولية (2011)[46] الإجابـة عـن السـؤال: كيف يبدو مجتمع الإعلام العالمي عبر وسائط الإعلام المحمولة؟ وكيـف تمكـن ثـورة المحمـول المواطن من مطالبة الحكومات بالمزيد مـن الانفتـاح والمسـاءلة؟ وبـات الأمـر حقيقـة ولـيس مجرد تساؤلات عندما ساهمت ثورة المحمول في نجاح ثـورات تـونس ومصر ومـا تبعهـا مـن اضطرابات في شمال إفريقيا وبقية الدول العربية، وكيف ساهم تحرير التكنولوجيا في مواجهة الأجهزة القمعية.

والسؤال الثاني في إطار النظرية السلطوية: كيف ستسعى الحكومات إلى السيطرة على تدفق المعلومات عبر الوسائط المحمولة؟ وهو السـؤال الـذي صـادف واقعًـا أيضًـا عندما واجهت حكومة حسني مبارك اندلاع التظـاهر ضـده في ثـورة 25 ينـاير بـإغلاق شـبكات الاتصـال المحمـول عـبر الـتحكم في البنـى التحتيـة، وهـو مـا يمثـل معضـلة "الديكتاتور" أمام حرية تدفق المعلومات. ولكن تمثل هذه التكنولوجيا المحمولة سلاحًا ذا حدين، فكما أنها تمكن النشطاء من إيصال صوتهم تحت الحكم الاسـتبدادي، فإنهـا في الوقـت نفسـه قـد تعتـبر أداة مراقبـة للنشـطاء كـما حـدث مـن قبـل في "الثـورة

الخضراء" المجهضة بإيران (2008م) عندما تعقبت الشرطة النشطاء عبر أجهزتهم المحمولة.

ورأت الدراسة أن التطور التكنولوجي في استخدام الإنترنت عبر الجوال ناتج عن الجهود الاجتماعية من قِبل المستخدمين والجهود التقنية من قِبل الخبراء، وقد يطالب الطرفان بـدعم السياسات العامة لهم وتشجيع الاستثمارات، ومن الحمق محاولة توجيـه أو الـتحكم في هـذا التطور.. فكيف يمكنك السيطرة على الثورة؟!

وخصصت مجلة Rhodes Journalism Review الصادرة عـن جامعـة رودس بجنـوب إفريقيا عددًا خاصًا حول علاقة الجوال بالإعلام(2011)[47]، وتصدر الغلافَ العنوانُ التالي عـلى صيغة سؤال: "هل معك الـ"موجو" Mojo الخـاص بـك"؟ وهـو مصـطلح مركـب مـن كلمتـي المحمـولMobile والصـحافة Journalism (أو الصـحفي Journalist)، ويقصـد بهـا وسـيط إنتاج الصحافة المتنقلة mobile media.

واعتبرت المجلة أن الجوال يمثل تحديًا كبيرًا أمام الصحافة الإعلامية، فبيـنما يسـعى كـل صحفي لتحقيق طموحه بإدراك سبق صحفي أو عرض الأحداث مباشرة أسرع مـن منافسـيه، نجد أن الجوال يتسبب بذلك الطموح في هزيمة أعتق المؤسسات الصحفية والإخبارية، بما قـد يفقدها قدرًا كبيرًا من جمهورها لصالح الإعلام المحمول الأسرع وصولاً.

وأشارت المجلة إلى أن سرعة التطور التكنولوجي في سوق المحمـول يعمـل عـلى توسـيع المجال وزيادة الفرصة لجذب اهتمام المشاهدين وتقـديم المعلومـات وأسر انتبـاههم بشـكل أكبر، فقد أتاحت التكنولوجيا الحالية مثل التكنولوجيـا اللاسـلكية والهواتـف الذكيـة إمكانيـة إدخال بيانات تتناسب وخواصّ الجوال، حيث يمكن عرضها في كل مكان. ففي الدول المتقدمة والمنظمات الدولية؛ تعتمد المنظمات الإخبارية علي الجوال في جمـع وعـرض المعلومـات، بـل وفي تصميم الإعلانات الخاصة بها أيضًا.

وهذا يثبت أن إمداد الجماهـير بالمعلومـات مـن خـلال الهواتـف الذكيـة smart

phones والمواقع لـه عـدة مزايـا، منهـا السرعـة في التحميـل والنقـل الـحصري للمعلومـات والأخبار. فقد تعني البيئة التنافسية بين مقدمي الخدمات تقليص الكُلفـة، هـذا الجمـع بـين الدخل المحصل في الدول المتقدمة وبين التوصل إلى أجهزة متطورة يعنـي أن الـدول المتقدمـة تجـذب وتـدعم اسـتخدام الجـوال في الصـحافة الإعلاميـة وتُحـدث تغيـيراً في إنتـاج وتوزيـع الصحافة.

وعرضت المجلة واقع دولة جنوب إفريقيا في توظيف المحمول إعلاميًّا، إذ تتميز جنـوب إفريقيا بأعلى نسبة استخدام للجوال طبقاً لـمؤشرات الاتصال عام 2009، كـما تمتلـك تغطيـة شبكية في معظم المناطق السكنية بنسبة 92% تقريباً، وتتجاوز معدلات النمـو - رغـم بطئهـا النسبي منذ الطفرة الأولى في استخدام الجوال- سرعة معدلات النمو في الدول المتقدمة، وهذا ما يجعل جنوب إفريقيا رائدة بين الـدول الناميـة في البنيـة التحتيـة للاتصـالات عـبر الجـوال والخدمات، ولكن يعرقل انتشار خدمات الإعلام عبر المحمول ارتفـاع كُلفتهـا الماديـة والتـي لا تتناسب والظروفَ الاقتصادية والاجتماعية للقاعدة العريضة من مواطني جنوب إفريقيا.

كما أجرى مركز بيو للأبحـاث ضـمن مشروع التميـز في الصـحافة the Pew Research Center's Project for Excellence in Journalism (PEJ) دراسة أخرى بعنوان "مسـتقبل الأخبـار المحمولـة" (2012)[48] عـلى 9513 مبحوثًـا بطريقـة عشـوائية لرصـد ظـاهرة انفجـار جمهور المحمول، وعلاقتها بمتابعة الأخبار. وخلصـت الدراسـة إلى تزايـد اسـتهلاك الأمـريكيين للأخبـار عـلى هـواتفهم المحمولـة الذكيـة أو الأجهـزة اللوحيـة، ومحوريـة دور "الأخبـار" في الاستخدامات الكثيفة للوسائط المحمولة، إذ انخفضت أسعار الوسائط المحمولة في نهاية عـام 2011م، وهو ما آتى أُكُلَه بنهاية عام 2012 وانعكس على زيادة الإقبـال عـلى اقتنـاء الوسـائط المحمولة وكثافة استهلاك الأخبار عبرها.

ولاحظـت الدراسـة تزايـد الأدلـة عـلى أن اقتنـاء الوسـائط المحمولـة يـؤثر في زيـادة

رغبة الناس في الحصول على الأخبار، حيث يقول 43% من المبحوثين إن الأخبار التي تأتيهم عبر الوسائط المحمولة تزيد من استهلاكهم الأخبار بصفة عامة، كما ذكر ما يقارب من ثلث العينة (31%) أنهم يحصلون على أخبار من مصادر جديدة عبر الوسائط المحمولة.

وأوضح الاستطلاع أن مستهلكي الأخبار عبر الوسائط المحمولة هم الأكثر استهلاكاً للأخبار بصفة عامة؛ لأنهم يحصلون على الأخبار عبر أجهزتهم المحمولة عدة مرات في اليوم الواحد، ويميلون للجوء إلى مصادر أخرى والحصول على أخبار جديدة كقراءة المقالات والتحليلات المعمقة أو مشاهدة مقاطع فيديو للأخبار، واستقبال وإرسال الأخبار عبر البريد الإلكتروني والشبكات الاجتماعية.

وركزت ورقة ستيفان كوين على صحفي المحمول وأدواره المهمة في صالات التحرير والانفرادات الصحفية[49]، فقد بات مفهوم صحفي المحمول "موجو" حقيقة يومية في الصحف العالمية بعدما كان محض خيال علمي قبل سنوات؛ حيث يتمكن الصحفي أحياناً من الانفراد بتغطيات صحفية في أماكن ممنوع فيها دخول الصحفيين والمعدات التليفزيونية، ويمكن الهاتف المحمول من البث المباشر والتغطية الحية على موقع الجريدة، فصحفيو المحمول هم صحفيو المستقبل الرقمي الذين يستطيعون بسهولة ويسر إعداد ورفع قصصهم الصحفية (على الإنترنت) بما في ذلك الصور، والبودكاست، والفيديو، ليمنحوا قراءهم صورة متكاملة، على الفور، عبر مواقع الخدمات الإخبارية اليومية.

ثالثاً: علاقة المحمول بالمجال العام:

كانت "كاميرات المحمول" بؤرة دراسة عبد اللـه عبد العزيز سعود البليهي (2006)[50] بعنوان "مخاطر استخدام كاميرا الجوال"، وتوصلت إلى وجود عدد من المخاطر العلمية والصحية والاجتماعية والدينية والأمنية والإدارية التي تتعلق بالاستخدام السيئ لكاميرا المحمول، ورصد عدداً من الفتاوى القانونية والشرعية التي تعرضت لهذا الاستخدام.

وصدرت دراسة جماعية مشتركة (2008) عن مختبر بحوث تأثيرات وسائل الإعلام[51] بجامعة بنسيلفانيا، حول علاقة استخدام الهاتف الخلوي بالتفاعل الاجتماعي المباشر مع الآخرين. هدف هذا البحث إلى تطوير النظرية النموذجية عن التأثيرات الاجتماعية لاستخدام الهاتف الجوال في الأماكن العامة، واعتمد على أداة الملاحظة. وخلصت النتائج إلى أن استخدام الهاتف الجوال في الأماكن العامة يحدث اضطراباً، ويمنع التواصل الاجتماعي المباشر بين الناس (المعارف والأغراب على حد سواء)؛ لأنه يشغل المستخدمين عن البيئة المحيطة بهم وعن مسؤولياتهم الاجتماعية.

تطرقت ورقة محمود الزوادي (2008)[52] إلى جانب آخر من علاقة المحمول بالهُوية الثقافية، وجانب إصابة عالمنا العربي بالتخلف بسبب تراجع اللغات الوطنية والمحلية الأصلية، حيث يساهم انتشار الهاتف المحمول في المجتمع التونسي والجزائري والمغربي في ترسيخ معالم التخلف والاستتباع للآخر في هذه المجتمعات الثلاثة الحديثة - وفقاً لرؤية الباحث-، فالهاتف المحمول العادي المستعمل شعبيًّا في هذه الأقطار هو هاتف أحادي اللغة المكتوبة، وهي اللغة الأجنبية الفرنسية أو الإنجليزية، أي أن غياب الحروف العربية في هندسة وبرمجة الهاتف المحمول الشعبي المغاربي – وقت هذه الدراسة – هو غياب شبه كامل ومطلق، في حين أن بعض موردي أجهزة الهواتف المحمولة – مثل شركة نوكيا- يوردون أجهزة مزودة بتشغيل اللغة العربية إلى الدول العربية المشرقية، وكأن الاستقلال الذي حققته هذه البلاد المغاربية ينقصه الاستقلال اللغوي والثقافي!

وتتعرض دراسة كورية حول "المجال العام للإعلام المحمول" (2009)[53] لاختلاف إمكانات الهاتف المحمول عن الكمبيوتر الشخصي، والتي تجعل الأول مؤهلاً تماماً لمشاركة الشخص في المجال العام، وتخلق مفهومًا جديدًا للمجال العام لجيل الإنترنت القادم. وتأتي الدراسة على خلفية زيادة الحراك العام والمشاركة السياسية في كوريا الجنوبية، أبرزها (في عام 2008) مشاركة أخبار كأس العالم لأندية كرة القدم والاحتجاجات الشعبية على أضواء الشموع[54]. وأصبح من الممكن تقديم تصور عن دور هذه المشاركات الفردية في خلق حالة من الوعي الجماعي، أو على حد تعبير

Rheingold[55] "لقد أصبحت الهواتف الذكية ظاهرة ستغير وجه المجتمع الحديث".

ولاحظت الدراسة حضور استخدام الموبايل في الممارسات الديمقراطية التي تأثرت بعمليات التطور التقني، كما تعرضت لإمكانية تحول الهاتف المحمول وسيلةَ إعلام عامةً public media ، ودور التكنولوجيا في تطوير المجتمعات، حيث تبدو التكنولوجيا وكأنها تتطور بمعزل عن المجتمع ثم يضطر الإنسان للتكيف معها، وتناولت الدراسة المعنى السياسي للفضاء الإلكتروني، وتحول الديمقراطية المباشرة إلى الديمقراطية التمثيلية، وتجلياتها في العصر الإلكتروني الذي مهد التكنولوجيا لممارسة الديمقراطية عن بعد.

وبعد مقارنة بين المحمول والكمبيوتر الشخصي، خلصت الدراسة إلى أن الهاتف المحمول مؤهل لأن يصبح منصة الفضاء الإلكتروني العام من منطلق ثلاث أفكار: تقويم الهاتف المحمول كأهم أداة للتواصل الاجتماعي بسبب سهولة التنقل والتفرد، يتفوق الهاتف المحمول على الكمبيوتر الشخصي بأنه أكثر عمومية للأفراد، وأخيراً لأنه بيئة خصبة لدفع المشاركة في الشأن العام.

ومن وجهة نظر إعلانية ترويجية، تناول دايف لافونتان في دراسته الثورة الإعلانية القادمة عبر المحمول (2011)[56]. وأوضحت الدراسة أن هناك عددًا من الأسباب التي تدعو المعلنين إلى الاهتمام في المستقبل القريب بالإعلانات عبر المحمول وذلك لعدة اعتبارات، منها كثافة انتشار عدد أجهزة المحمول بين سكان العالم، إمكانات توظيف الخصائص الديمغرافية (توزيع السكان) في الوصول للزبائن في نطاقات جغرافية محددة.

والأهم على الإطلاق في خصائص المحمول هو تلك "العلاقة الحميمية" بين الإنسان وهاتفه المحمول، لأننا نصحبه معنا في كل مكان، كما أن النغمات الصادرة عنه دائماً ما تكون لها الأولوية قبل أي شيء آخر في البيئة المحيطة بنا، حيث تظهر الدراسات أن المستخدمين يحتاجون ساعة واحدة – في المتوسط - قبل أن يكتشفوا نسيان المحمول في المقهى، لكنهم يحتاجون قبل أن يكتشفوا نسيان بطاقة الائتمان!

وأشـار الباحـث لـدور الحمـلات الإعلانيـة والإعلاميـة عـبر المحمـول في إنجـاح الـرئيس الأمريكي باراك أوباما يوم الانتخابات الرئاسية عام 2009، فـيما يعـرف بــ"مشروع هـوديني" (نسبة إلى الساحر هوديني) وتجنيد المستخدمين عبر عدة وسائل أهمها تطبيق "أوبامـا O8". كما أشارت الدراسة للعوائق التقنية التي تواجـه توظيـف المحمـول إعلاميًّـا وإعلانيًّـا، ولكنـه أوضح في الوقت نفسه إلى أن هناك حاجةً متزايدةً لدى المستخدمين لهذا الإعلام المحمول.

فعلى سبيل المثال تمثل مواد الفيديو "الميديا الغنيـة" أكـبر الاعتراضـات التـي تثـار لـدى الحديث عن لقطات الفيديو على أجهزة المحمول، هي: "من ذا الذي سيشـاهد لقطـة فيـديو على شاشة 2 بوصة؟ والإجابة – وفقاً للباحث- هـي: الشـخص الـذي يجلـس منتظـرًا دون أن يجد شيئا يفعله! مشيراً بهذه الإجابة إلى ما بات يُعرف بـ" الميـديا المتقوقعـة" وهـو المشـهد الذي يعكسه تكدس الشـباب في القطـارات والحـافلات واستسـلامهم للسـماعات كنـوع مـن التقوقع والانعزال عن ملل الانتظار وصخب الزحام.

كـما رصـد مركـز بيـو للأبحـاث اسـتخدام الأمـريكيين للمحمـول في المشـاركة السياسـية بالانتخابـات الرئاسـية الأمريكيـة التجديديـة الماضـية (2012م)[57]، وأحصى الاسـتطلاع عـدد الأمريكيين الذين يمتلكون هواتف محمولة ومسجلين في القوائم الانتخابية، وقدرهم المركز بــ 88%، وأجريـت الدراسـة في سـبتمبر 2012 عـلى 1005 أفـراد ممثلـين للبـالغين (+ 18) عـبر الهواتف الأرضية والمحمولة.

ووجـد الاسـتطلاع أن 27% مـنهم قـد اسـتخدموا المحمـول في التعـرف إلى مسـتجدات العملية الانتخابية، حيث أرسل 19% رسائل نصية ضمن الحملة الشخصية للتأثير في الأصدقاء والأسرة، و5% اشتركوا في خدمـة تلقـي الرسـائل النصـية مـن المرشـح الرئـاسي أو المجموعـات التابعـة لحملتـه، بيـنما ذكـر 5% أنهـم تلقـوا رسـائل نصـية غـير مرغـوب فيهـا ذات صـلة بالانتخابات، ولكنهم لم يشتركوا في تلك الخدمات.

كما ساهم مركز مساعدة الإعلام بورقة أخرى أكثر نضوجاً بعد عام مـن الثـورة المصريـة بعنوان "الإعلام الرقمي في العالم العربي بعد عام من الثورات" (2012)[58] وتعتمد هذه الورقة على أكثر من مقابلة شخصية أو عبر الهاتف والإيميـل والسـكيب، والاسـتفادة مـن التعليقـات والمواقع والمدونات وبقية المصادر الأساسية والثانوية. وتحلل هـذه الورقـة آثـار التحـولات في وسائل الإعلام بالدول العربية بفعل الربيع العربي والتي تزامنت مع صعود الإعلام الاجتماعي بها.

واستعرضت الدراسة دور الإعلام الاجتماعي في تطورات الأوضاع السياسـية قبـل الثـورة وأثناءها وفيما بعدها. وفي الوقت نفسه، أوضحت الدراسة أن التكنولوجيا المتنقلة/ المحمولـة كانت تتبع - حذو القُذَّة بالقُذَّة - منصات الإعلام الاجتماعـي. ووضـعت الدراسـة معادلـة في غاية الأهمية وهي تشرح دور الشبكات الاجتماعية ويمكن استيعاب مكنوناتها في ضوء الحالة المصرية، وهي:

الاحتجاج الاجتماعي + الشبكات الاجتماعية = دوامة..

Social Unrest + Social Media = A Vortex

وأوضحت الدراسة أن التحولات الكبيرة في وسائل الإعلام بعد الثـورة تتمثـل في اسـتعانة القنوات الفضائية بإنتـاج الإعـلام الاجتماعـي، وعـلى سـبيل المثـال انتقـال برنـامج "البرنـامج" الساخر لباسم يوسف من اليوتيوب إلى فضائية أون تي في ON TV ثم إلى قناة CbC. وبهـذا يستطيع كل حاملٍ – موهوبٍ - لتليفون محمول ذي مواصفات وإمكانات مناسـبة أن يكـون "منتجًا" ومشاركًا في الإعلام الاجتماعي، وسـتتلاشى مـع الوقـت الحـدود الفاصـلة بـين وسـائل الإعلام الرئيسية وصحافة المواطن والإعلام الاجتماعي.

وعلى صعيد الثـورة السـورية.. حجـب نظـام بشـار الأسـد بنهايـة فبرايـر 2012 الموقـع السويديBambuser [59] لأنه المنصة الأكبر للبث المباشر المرئي عبر الهواتف المحمولة لجميـع الانتهاكات والأحداث السياسية بسـوريا، وأكـدت الدراسـة أن هـذا الـعصر هـو عصر التغيـر الاجتماعي عبر الإعلام الاجتماعي.

كما قدمت منظمة "موبايل أكتيف"[60] عددًا من الأدلة لاستخدام الهواتف المحمولة في التغيير الاجتماعي، من بينها "دليل استخدام الهاتف الخلوي لإشراك المجتمع المدني"، حيث تستخدم الهواتف المحمولة في شتى أنحاء العالم لجمع المال في سبيل القضايا الاجتماعية، كتقديم الإغاثة في حالات الكوارث، والتخفيف من الفقر، ودعم الأبحاث السرطانية، وإنقاذ الحيوانات المهملة، ودعم بقية الحاجات البشرية[61].

وأشار الدليل إلى ارتفاع كلفة تنظيم حملة لجمع الأموال عبر الهواتف المحمولة، ورغم ذلك يتطور الهاتف المحمول في مجتمعنا المعاصر بطريقة تسهل على المرء استخدامه في حياته اليومية. فلمَّا كانت الهواتف المحمولة أجهزة محمولة ومتوافرة في كل مكان، لم يُحتفَ بها كأداة للاتصال وحسب، بل للتجارة أيضاً، فتجدر الإشارة إلى أن هذه الهواتف بدأت تستعمل في عدة أمكان من العالم، أداةً لتسديد المدفوعات، سواء في المتاجر، أو عند آلات البيع، أو عدادات مواقف السيارات، من خلال إقامة الشراكات بين شركات المحمول الوطنية ومختلف المؤسسات المصرفية.

ويبرز تفرد المحمول في جمع الأموال بالأماكن التي لا يكون فيها الكمبيوتر بمتناول المانح وذلك في الحفلات الموسيقية والمهرجانات السياسية، والأحداث الرياضية، حيث يتم جمع الأموال بعدة صيغ منها: الرسائل القصيرة، تحميل رنات خاصة، استخدام الرموز القصيرة[62].

كما صاغت عدة منظمات دليلاً عمليًّا للنشطاء لحماية هُوياتهم على الإنترنت وأثناء استخدام الهواتف المحمولة، ففي الوقت الذي أصبحت فيه التليفونات المحمولة أدوات قوية للنشطاء، قد تكون في الوقت ذاته وسيلة لتتبعهم من السلطة، كما حدث واستخدمت السلطات المصرية نوعاً من التكنولوجيا يمكنهم من تحويل التليفونات إلى أجهزة استماع في محيطهم عن بعد، حتى لو كانوا مغلقين في ذلك الوقت[63].

ورشحت سلسلة "أنا ديجيتال"[64] التعليمية عددًا من تطبيقات الهواتف المحمولة

لمنظمات المجتمع المدني في دليل مختصر، وأشار الدليل إلى أن تكنولوجيا الهواتف النقالة ساعدت الأفراد والشركات ومنظمات المجتمع المدني في الحصول على التكنولوجيا، خصوصاً في الدول النامية والمناطق النائية حيث البنية التحتية ضئيلة، وكانت أهم التطبيقات المقترحة لمنظمات المجتمع المدني: إنشاء وإدارة جميع مجموعات الاتصال الخاصة من خلال خدمة الرسائل القصيرة، إرسال واستقبال الرسائل عن طريق لوحة المفاتيح، إجراء الدراسات والمسوحات والمسابقات من خلال التواصل مع مجموعات الاتصال الخاصة بالمنظمات، تفعيل خدمة الرد الآلي، تصدير البيانات إلى ملفات منفصلة واستخدامها في برامج أخرى مثل EXCEL[65].

المؤشرات العامة التي خرجت بها الدراسات والأدبيات السابقة:

- هناك فقر ملحوظ في الدراسات العربية وخاصة المصرية في المعالجة المتكاملة لظواهر استخدامات الوسائط المحمولة، ولاحظت الدراسات – العربية وغير العربية - تأثير العوامل الإثنوجرافية في استخدامات المحمول، وارتباط الأنشطة الاتصالية بالهُوية الاجتماعية والثقافية للمستخدمين، كما تتنوع وتتعدد هذه الاستخدامات لدى الفئات المختلفة من الجمهور، حتى إنه أصبح في أيدي الأطفال ويستخدم باكرًا من قبلهم، ويعد الولوج إلى الإنترنت عبر المحمول تجربة أولى في استخدام الإنترنت لدى الأطفال والمراهقين وبعض الأماكن التي تفتقد إلى التطور في البنى التحتية.
- من المتوقع ازدياد استخدامات المحمول وإدراج استخدامات جديدة له في المعرفة والترفيه والتنمية، وستزيد الخصائص الاجتماعية والثقافية والاتصالية لجيل الإنترنت من توقع ازدياد الاستخدام والبقاء على اتصال عبر الإنترنت المتنقل.
- لمست الدراسات تأثيرات اجتماعية وثقافية على مستخدمي المحمول، كما أن هناك عوامل اجتماعية تلعب دورًا في زيادة هذا الاستخدام مثل الفراغ والملل.. وعادة ما تخضع زيادة الاستخدام لعادات وطقوس يومية.

- تُعتبر مصر من الدول كثيفة الاستخدام للمحمول، ولكنها أقل في انتشار الهواتف الذكية وتطور الاستخدام مقارنة بدول الخليج العربي.
- يتجلى التقارب/الاندماج الإعلامي في وسيط المحمول والوسائط المتنقلة بصفة عامة، وهناك صلة كبيرة بين الوسائط المحمولة والعمل الصحفي بشقيه المهني وغير المهني، وساهم المحمول في تطوير العمل الصحفي وتكامله وكان منصة الإنتاج الإعلامي في انفرادات صحفية غابت عنها الأدوات الاحترافية.
- يتطلب النشر الإعلامي عبر المحمول استحداث مهارات إعلامية جديدة في القائمين بالاتصال، كما يحتاج المحتوى لمعالجات خاصة وتصميم يتناسب والوسيط المحمول واللوحي وتقنيات اللمس الحراري. ومن المتوقع أن تؤثر تلك الوسائط في مستقبل الصحافة نحو المزيد من الرقمنة والتفاعل.
- تلعب الهواتف وخاصة الذكية دورًا هامًّا في الفعاليات السياسية والاجتماعية، يعزز النشاط الاتصالي عبر المحمول الديمقراطية، ويلعب دورًا في التفاعل مع المجال العام، وتزيد الوسائط المحمولة من استهلاك الأخبار.
- يتفرد المحمول بعلاقة خاصة مع الإنسان حيث إنه الوسيط الاتصالي الوحيد دائم الصلة به، وقد يكون المحمول أقل جودة في بعض الخصائص، ولكنه يصبح الأهم في أوقات تغيب فيها بقية الوسائل والوسائط الإعلامية.
- استفادت الباحثة من الدراسات السابقة من عدة أوجه أهمها ضرورة التشبيك مع العلوم المختلفة وبخاصة علم الاجتماع والنفس والسياسة والاقتصاد للخروج برؤية أكثر عمقًا عن الظواهر الاتصالية المختلفة. فمن الملاحظ – بصفة عامة - في البحوث الإعلامية المصرية في العقد الأخير اكتفاؤها الذاتي "السلبي" بأدبيات علوم الإعلام وتقصيرها في الاستفادة من العلوم الأخرى؛ رغم أن علم الإعلام قد نشأ من رحم العلوم الاجتماعية، وربما يعود هذا إلى تعدد الوسائل والتراكم المعرفي وتنوع المسائل العلمية والتطورات السريعة في مجال الإعلام. كما استفادت الباحثة

من مطالعة الأدبيات السابقة – وخاصة الأجنبية- بإمكانية وضع تصور عام عن كيفية إجراء هذه الدراسة الجديدة، ووجدت الباحثة أيضًا أن من الضروري الاستعانة بأدوات البحوث الكيفية في هذه الدراسة؛ لأن الإحصاء الكمي لا يفي بكل أغراض البحث العلمي ولن يجيب عن كل الأسئلة.

المشكلة البحثية:

تستلهم الدراسة من التطور المتسارع في مجال الإعلام، على الصعيد العالمي والإقليمي والمحلي، محاولة رصد سمات التحولات في صناعة الإعلام عبر الوسائط الأحدث "الوسائط المحمولة". وترمي الدراسة للتعرف إلى الاستخدامات الإعلامية للوسائط المحمولة في مصر على الصعيدين المهني وغير المهني، والعوامل المؤثرة في هذا الاستخدام، وخصوصية الإنتاج عبر الوسيط المحمول، فضلاً عن التطلع إلى استشراف مستقبل استخدام الوسائط المحمولة في مصر، وتأثيرها على صناعة الإعلام.

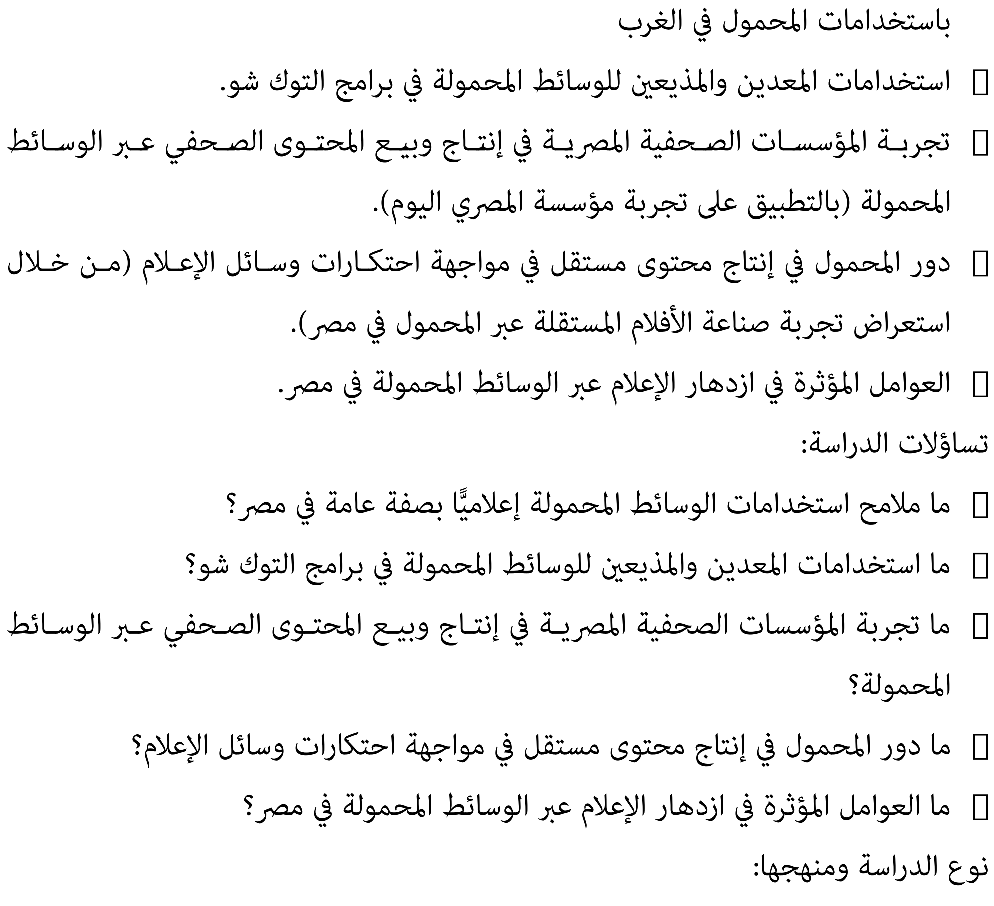
أهمية دراسة الإعلام المحمول:

تكمن أهمية الدراسة في حداثتها وندرة الدراسات الإعلامية العربية التي تطرقت إلى الوسائط المحمولة، فضلاً عن كثافة استخدام الهاتف المحمول في مصر وبدء انتشار الوسائط المحمولة الأخرى. ومن المستهدف أن تساهم تلك الدراسة في فهم طبيعة الدور الذي يمكن أن يقوم به المحمول في توزيع المحتوى الصحفي على الصعيد المهني أو إنتاج محتوى إعلامي من خارج وسائل الإعلام التقليدية، فضلاً عن محاولة استشراف مستقبل الإعلام عبر الوسائط المحمولة في مصر.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى الاقتراب من صناعة المحتوى الإعلامي عبر المحمول في مصر من خلال التعرف إلى:

- ملامح استخدامات الوسائط المحمولة إعلاميًّا بصفة عامة عبر استعراض التجارب والإحصاءات المختلفة التي تبلورها الأدبيات السابقة وخاصة غير العربية والمتعلقة



باستخدامات المحمول في الغرب

- استخدامات المعدين والمذيعين للوسائط المحمولة في برامج التوك شو.
- تجربة المؤسسات الصحفية المصرية في إنتاج وبيع المحتوى الصحفي عبر الوسائط المحمولة (بالتطبيق على تجربة مؤسسة المصري اليوم).
- دور المحمول في إنتاج محتوى مستقل في مواجهة احتكارات وسائل الإعلام (من خلال استعراض تجربة صناعة الأفلام المستقلة عبر المحمول في مصر).
- العوامل المؤثرة في ازدهار الإعلام عبر الوسائط المحمولة في مصر.

تساؤلات الدراسة:

- ما ملامح استخدامات الوسائط المحمولة إعلاميًّا بصفة عامة في مصر؟
- ما استخدامات المعدين والمذيعين للوسائط المحمولة في برامج التوك شو؟
- ما تجربة المؤسسات الصحفية المصرية في إنتاج وبيع المحتوى الصحفي عبر الوسائط المحمولة؟
- ما دور المحمول في إنتاج محتوى مستقل في مواجهة احتكارات وسائل الإعلام؟
- ما العوامل المؤثرة في ازدهار الإعلام عبر الوسائط المحمولة في مصر؟

نوع الدراسة ومنهجها:

تنتمي هذه الدراسة إلى المناهج الوصفية التحليلية Descriptive Study، حيث تقوم بوصف طبيعة وسمات وخصائص مجتمع معين أو موقف جماعة أو فرد معين، وتدرس تكرارات حدوث الظواهر المختلفة[66].

وتنتمي هذه الدراسة أيضًا إلى البحوث الكيفية التي تتناسب واستكشاف الظواهر الجديدة، وتعد خطوةً أولى لتطوير الدراسة الكمية، كما تستخدم البحوث الكيفية كطريقة أولية لجمع البيانات في موضوع، وتستثير الأفكار بتزويد الباحثين بالتجربة الأولى في ملاحظة المجتمع المستهدف والاستماع إليه، كما تساعد على تطوير أفكار

جديدة لاستراتيجية الاتصال والرسائل الاتصالية، وتستخدم في اكتشاف أفكار ورسائل جديدة يمكن أن يدركها الجمهور المستهدف، وتساعد على اكتشاف منتج أو نمط سلوكي غير معروف نسبيًّا والذي لا يتمكن من تحديده دون استخدام البحث الكيفي[67].

ويلاحظ أن البحوث الكيفية تستخدم أربعة أساليب، وهي: الملاحظة الميدانية، المجموعات المركزة، المقابلات المكثفة، دراسات الحالة[68].

أدوات الدراسة ومجتمعها:

قامت الباحثة بتطويع عدد من الأدوات البحثية بمرونة تتناسب ومحاولة استكشاف الظواهر الجديدة ووضع إطار لها، ولهذا اعتمدت على الأدوات التالية:

1- أداة الملاحظة لاستخدامات وسائل الإعلام والعاملين بها للوسائط المحمولة في العمل الإعلامي بصفة عامة والصحفي بصفة خاصة للتعرف إلى الدور الذي تقوم به تلك الوسائط في دعم الإعلام المهني وغير المهني، كما قامت الباحثة بتجربة الملاحظة بالمشاركة من خلال المشاركة في إعداد فيلم عبر المحمول، وعمل بث مباشر عبر المحمول ضمن تجربتين تدريبيتين[69].

2- المقابلات المعمقة المكثفة مع اثنين من خبراء الإعلام الجديد في مصر، والمسؤول عن تجربة الإعلام الجديد بمؤسسة المصري اليوم، وأحد مخرجي الأفلام المستقلة[70].

3- الاستبيان غير المقنن لاثنين من المعدين بالقنوات الفضائية التليفزيونية الخاصة[71].

نتائج الدراسة

تتعدد الاستخدامات الإعلامية للمحمول إما عبر المواطنين أو النشطاء أو الإعلاميين، فضلاً عن توظيف المؤسسات الإعلامية للمحمول ضمن أنشطتها الإعلامية، فعلى سبيل المثال توظف الفضائيات المحمول في استقبال الآراء والتصويت في البرامج الفضائية عبر رسائل sms دون الحاجة إلى الاتصال بالإنترنت، استقبال الاتصالات في برامج التوك شو، تزويد المواطنين بأرقام لخدمات خاصة مثل الفتاوى والتواصل مع

النجوم وعلماء الفلك، إتاحة المشاركة في مواقع التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت في الوسائط المحمولة، وعبر الاتصالات التليفونية، استخدام مقدمي البرامج التليفزيونية (المذيعين) لأجهزة الآي باد في متابعة المستجدات المرسلة من فريق الإعداد.

ووجدت المحطات الإذاعية متنفسًا لها بعد تدني استخدام أجهزة الكاسيت والاستعاضة عنها باستخدام الكمبيوتر وأجهزة mp3، وأصبحت معظم أجهزة الهاتف المحمول تستقبل المحطات الإذاعية، فضلا عن قيام المواطنين بالمشاركة في البرامج الإذاعية عبر رسائل sms والاتصال المباشر عبر المحمول.

أما على صعيد الصحافة الورقية والإلكترونية؛ فهناك عدد من الاستخدامات للوسائط المحمولة، منها:

- عمل نسخ مخففة من المواقع الإلكترونية والصحف الورقية لتطبيقات خاصة لبعض الهواتف المحمولة والأجهزة اللوحية.
- إرسال خدمات الأخبار العاجلة على الموبايل، في ضوء تغير مسار تدفق المعلومات، فقد كان القارئ يبحث عن محتوى، وقد أصبح المحتوى بفضل التكنولوجيا هو الباحث عن القارئ (المستخدم) ويصل إليه "ديليفري" عبر عدة وسائل/ وسائط.
- استخدام الهواتف الذكية في العمل الصحفي المحترف وصحافة المواطن.

وكما يستخدم الإعلاميون الوسائط المحمولة في العمل الصحفي، فإن المواطنين الصحفيين هم الأكثر توظيفاً للوسائط المحمولة في نشر المحتوى الصحفي غير المحترف عبر المشاركة الفورية بالصور والفيديو والتعليقات والملاحظات في الشبكات الاجتماعية، والبث الحي للفعاليات والأحداث المختلفة من الوسائط المحمولة إلى مواقع البث الحي على شبكة الإنترنت، فضلاً عن الاتصال بالخدمات والاستعلام عن المعلومات السياسية مثل أماكن الدوائر الانتخابية، كما حدث بمصر في الاستفتاءات والانتخابات التشريعية الأخيرة.

ووجدت الدراسة أن هناك تزايداً كبيراً في ظاهرة توظيف الموبايل إعلاميًّا من

وسائل الإعلام التقليدية واستخدامه إعلاميًّا واتصاليًّا من قبل المواطنين، وساهم ثراء استخدامات الوسائط المحمولة وسهولتها كوسيلة في بروز عدد من الظواهر الإعلامية والاجتماعية، فقد تغير مفهوم الإعلام وأصبح مرادفًا لأي وسيط ينقل المعلومة.

وتعتبر البنية التحتية المؤهلة لانتشار الإعلام المتنقل متطورة ولكن استخدامها أقل من جودتها نظرًا لعدة عوامل تعوق تبني المستهلك لهذه التكنولوجيا منها ارتفاع سعر خدمات الإنترنت عبر الموبايل، ارتفاع أسعار الهواتف الذكية، وهي أمور يمكن أن تقلصها المنافسة بين شركات المحمول كما يحدث الآن في الشركات المزودة للإنترنت عبر التليفون الأرضي، إذ تمنح جهاز المودوم مجاناً مع توصيل الخدمة، كما أن بعض شركات المحمول في الخليج[72] تمنح أجهزة محمولة مجاناً مع خط التليفون لا يمكن إلغاؤه لمدة عام.

وهناك عاملان متصلان مؤثران في زيادة استخدامات الوسائط المحمولة والاتصال بالإنترنت عبرها، وهما تفاعل الأحداث وتتابعها منذ الثورة وحتى الآن، فضلاً عن زيادة استخدام الشبكات الاجتماعية واستخدامها في أغراض عديدة.

استخدامات الإعلاميين للوسائط المحمولة في مصر:

يعتبر المحمول وسيلة هامة لتوزيع المحتوى بالنسبة للصحافة والتليفزيون. أما عن الصحافة، فيتيح الموبايل مشاهدة تطبيقات الصحف المختلفة فضلاً عن تلقي الأخبار العاجلة والخدمات الخاصة عبر الرسائل النصية القصيرة SMS أما بالنسبة للتليفزيون فهو وسيلة مثلى لمتابعة ما يفوت المشاهد في صورة ملخصات[73]. وتختلف التطبيقات المصممة للكمبيوتر اللوحي عن الهواتف المحمولة، لأن شاشة الأولى أكبر فتتطلب تطبيقات عالية الجودة HD.

ويلاحظ أن الصحفيين التقليديين كانوا أقل الناس استعدادًا للتطور مع مفردات الإعلام الجديد، ولكن الإعلام الخاص فرض هذا التطور عمليًّا، ويتوقع أن تكون نسبة انتشار الهواتف الذكية في الصحفيين بالإعلام الخاص أكثر منها في الإعلام الحكومي.

ويهتم المذيعون والمعدون في البرامج الحوارية (التوك شو) بالفضائيات الخاصة بكل ما له صلة بالإعلام المتنقل، لما يعايشونه من بيئة تنافسية كبيرة، فقد وصل عدد هذه البرامج في الإعلام المصري إلى 55 برنامجًا [74]، فوجب أن يبقى المذيع والمعد على اتصال دائم بالشبكات الاجتماعية وتطبيقات الصحف الإخبارية واشتراكات الأخبار وكل هذا عبر الموبايل أو الكمبيوتر اللوحي، ولكن يشترط أن يكون التليفون المحمول من الهواتف الذكية وخاصة منتجات شركتي آبل وسامسونج والأجهزة التي تعمل بنظام تشغيل الأندرويد.

ولم يعد بإمكان العاملين في القطاع الخاص التليفزيوني "الترفع" عن هذه التكنولوجيا ومتابعة الأخبار أولاً بأول عبر الوسائط المحمولة، كما يهتم المذيعون بمتابعة كل ردود الفعل على الشبكات الاجتماعية أولاً بأول وهذا يقتضي منهم أحياناً الرد أو التعقيب أو تطوير الأداء، كما أن معظم برامج التوك شو لها صفحات تواصل على الشبكات الاجتماعية تتلقى الآراء والأسئلة من الجمهور المتفاعل مع البرنامج، وتختار مانشيتات (عناوين جاذبة) لتحديثها على هذه الصفحات بالتزامن مع شاشة التليفزيون. وتراجع عامل السن في محددات هذا الاستخدام، حتى إن المذيعين الأكبر سنًا لا يستغنون عن هذه المتابعة عبر الوسائط المحمولة، ويعتقد بعض الخبراء أن الأمر يختلف لدى العاملين في الإعلام الحكومي في الصحافة والتليفزيون نظرًا لغياب عامل المنافسة.

ويستخدم المحمول في التواصل والتنسيق التليفوني مع الضيوف واستقبال الاتصالات الهاتفية، ويلاحظ أن المراسلين يوظفون الأدوات الاحترافية في نقل الأحداث أي الاستعانة بمصور وكاميرا، ولكن قد يضطر المراسلون - في أضيق الحدود- استخدام المحمول للتصوير في الأحداث العاجلة، ويندر هذا الاستخدام حتى لا يتساوى المراسلون بالمواطنين الصحفيين.

ويهتم كثير من الصحفيين والمعدين، وخاصة العاملون في الحقل الإخباري، بتنزيل تطبيقات الصحف على المحمول، والاشتراك في خدمات الأخبار العاجلة. كما

أن هناك عددًا مـن الفعاليـات والأنشـطة الاتصـالية المكثفـة التـي بـرزت بعـد الثـورة حـول مجموعة من الأفكار منها: لا للمحاكمات العسكرية، أجندة 25، المصطلح الـدال (هـاش تـاج Tahrir Supplies #) على تويتر والذي تناول أخبار المستشفى الميداني واحتياجاته واسـتطاع أن يجمع 3 مليون جنيه في أحـداث محمـد محمـود[75]، والتـي تحتـاج إلى متابعـة آنيـة مـن المهتمين بهذا النوع من الأخبار من الوسط الصحفي والإعلامي.

ويعوّل صانعو الإعلام عبر المحمول على إمكانية تطوير أربـاح الخـدمات الإعلاميـة عـبر المحمول إذا ما تطورت وسائل الدفع عبر الموبايل، من خلال بيع التطبيقات وبعض الخدمات الخاصة كالاشتراك السنوي في خدمة الموبايل..

ففي كينيا.. تغيرت ملامح الاقتصاد الكينـي مـن خـلال إدخـال مـا يُعـرف بـالدفع عـبر الموبايل Mobile Banking أي دفع ثمن السلع أو الخدمات من خلال شحن رصيد المحمـول، وقد يخشى البنك المركزي في مصر من إدخال مثل هذه المعـاملات خوفًـا مـن عـدم السـيطرة على العملة، وتزايد حدوث عمليات سرقة للمحمول، والتلاعب بالسـوق وغسـل الأمـوال عـبر هذه الطريقة.

ومن المتوقع أن تقوم الصحف بإعداد نسختين/ تطبيقين مختلفـين لكـلٍّ مـن الكمبيـوتر المحمول والتليفون المحمول، وذلك بالنظر إلى المحمول كوسـيلة لنقـل الأخبـار العاجلـة، وإلى التابلت باعتباره متصفحاً للجريدة ككـل مـع بعـض التعـديلات الإخراجيـة والتحريريـة التـي تتناسب وطبيعة الوسيط.

ومن جهة أخرى سـاهمت الهواتـف المحمولـة في إحيـاء الإذاعـات، وظهـرت عـدد مـن الإذاعات الجديدة وتفاعل كثير منها الجمهور عبر الموبايل.

تجربة مؤسسة "المصري اليوم" في توزيع المحتوى عبر الوسائط المحمولة:

تنظـر مؤسسـة المصري اليـوم إلى المحمـول باعتبـاره مصـدرًا سـهلاً للـدخل، نظـرًا لبسـاطة الكلفـة وسـهولة التنفيـذ في مقابـل ضـخامة العائـد، وفي المصري اليـوم يقـوم محرران بتنفيذ وبث الأخبار العاجلة عبر الرسائل القصيرة، وهذه الخدمة تعود بالدخل

على المؤسسة شهريًّا بقيمة نصف مليون جنيه كثاني دخل بعد الإعلانات.. وكانت الانطلاقة الكبيرة لخدمة الأخبار عبر الرسائل بعد ثورة 25 يناير. وتتأثر هذه الخدمة طرديًّا بالأحداث السياسية، فمع سخونة الشارع السياسي تزيد عدد الاشتراكات وعوائد الخدمة، ومع هدوء الأوضاع يحدث العكس.

وتتوجه المصري اليوم بخدمات الموبايل للمشتركين من الطبقة الوسطى الذين لهم نمط معين من الحياة ولا يستطيعون متابعة كل الأخبار ولكنهم يحتاجون وسيلة سريعة تناسب نمط حياتهم السريع. ووفقاً لإحصاءات جوجل أناليتك Google Analytics التي رصدتها المؤسسة، عن نسبة الدخول لموقع المصري اليوم من 27 يناير - 26 فبراير 2013: 9 مليون زيارة للموقع 6% منهم عبر المحمول، وجاء ترتيب الأجهزة كالتالي: آبل، آي باد، آي فون، سامسونج إس 3، سامسونج إس 2.

وهذا يعني أن أهم نظامين تشغيل لأجهزة زوار الموقع هي Apple وAndroid وهذا يعطي مؤشرات لإدارة فريق خدمات الموبايل وهو إمكانية تصميم وبيع تطبيقات خاصة لمستخدمي هذه الأجهزة والتي تتوافر لها طرق خاصة لشراء الكروت والشحن وتنزيل التطبيقات عبر متجر آبل على سبيل المثال.

ويفضل المشتركون خدمات الأخبار العاجلة وأخبار الرياضة، وقامت المصري اليوم بتوسيع دائرة الاختيار من خلال الاهتمام بالإعلام المحلي Hyper Local Media عبر خدمات رسائل خاصة بأخبار مدن القناة والإسكندرية والدقهلية والغربية والصعيد، وهو منحى أقل بكثير من كلفة إصدار مطبوعات محلية متخصصة. كما تستعد المؤسسة لإصدار 20 خدمة متخصصة في الرسائل القصيرة مثل: أخبار للأم والطفل، المحامين، المدرسين، وخدمة إرسال خمس رسائل معلومات مصاحبة للخبر، وهي الخدمة التي يمكن اعتبارها المقابل الموضوعي لمفهوم الروابط التشعبية في المواقع الإلكترونية.

وتكمن العقبة الأساسية أمام اهتمام المصري اليوم ببيع التطبيقات عبر الوسائط المحمولة في أن هناك مشكلات تقنية في الدفع عبر الفيزا بمصر، لذلك لا مجال أمام أي

مؤسسة إعلامية إلا توفير التطبيقات مجانًا للجمهور من أجل الوصول إلى أكبر عدد منه، ومن ثم.. استقطاب المعلنين.

ويلاحظ أن الأحداث السياسية هي المحرك الأساسي في زيادة الإقبال على خدمات المصري اليوم عبر الوسائط المحمولة.

وتعتبر شركات المحمول المستفيد الأول من الإعلام عبر المحمول وخاصة في خدمات الرسائل القصيرة التي تجني ما يزيد على نصف أرباحها، ولكنها في المقابل تؤدي أهم وظيفة يحتاجها الإعلام بصفة عامة وهي تحصيل الأموال How to Collect أي خصم كلفة الخدمات الصحفية من رصيد المشترك أو تحميلها على فاتورته الشهرية، وهي وظيفة هامة جدًّا بالنسبة لأي وسيلة إعلامية قد تكون مشكلتها طريقة السداد وتعدد مراحله.

أما عن السبق الصحفي ودورة نشر الأخبار فعادة ما تبث الأخبار وفقًا لسياسة "الإعلام الرقمي أولاً" (Digital First).. فيحظى المحمول بالأخبار العاجلة أولاً لأنها تكتب في سطر واحد، وذلك بعد التأكد من صحتها، أو تصويب ما يحتاج لتصحيح، ثم نشر التغطية على الموقع، وأخيراً يأتي دور الوسيط الورقي باعتباره المثوى الأخير للأخبا.

وتتبنى المصري اليوم سياسة خاصة لبث الأخبار عبر المحمول، مثل عدم البث بعد الساعة 12 ليلاً إلا في الضرورات غير الاعتيادية.

ملامح تجربة الإنتاج المستقبل في سينما المحمول بمصر:

يتميز الهاتف المحمول كوسيلة بالثراء، إذ تضم عدداً من الإمكانات المختلفة من أبرزها التقاط الصور وتصوير المواد الفيديو. ويستخدم الفنانون الشباب هذه الخاصية المتداولة في يد كل مواطن لصناعة أفلام "مستقلة" بأقل الإمكانات، وذلك تحاشياً لأعباء الخوض في تجربة الإنتاج السينمائي الاحترافي لأنه يستلزم كُلفةً مادية ضخمة، ويتحكم فيه محتكرو صناعة السينما، وبهذا تنفرد سينما المحمول بشعبيتها وانخفاض

كُلفتها، ولكنها تتطلب رؤية فنية وتـدريباً عـلى مراحـل صـناعتها، وهـي تقـترب مـن سـمات الصحافة الشعبية.

انطلقت سينما المحمول من فرنسـا، ودخلـت مصر عـام 2006 مـع فريـق "حالـة"، ثـم قامت شركة جودنيوز برعايـة مهرجـان لسـينما المحمـول عـام 2008، وتبنـت الفنانـة إسـعاد يونس - كمنتجة - هذه الرعاية لمهرجان سينما الموبايل عام 2012 بعد انقطاع أربـع سـنوات لهذا المهرجان.

وتتميز سينما المحمول بأنها تعتمد على الفكرة بالأساس وطريقـة تنفيـذها ولا تتطلـب معدات إلا نادرًا، فقـد تسـتخدم حوامـل خاصـة للهواتـف المحمولـة لصـناعة كـادرات ثابتـة وبخاصة في الأفلام ذات الأفكار المباشرة. ويتم المونتاج على الكمبيوتر عبر البرامج الخاصة، وفي العادة يتم توزيع هذه الأفلام عبر منصة اليوتيوب التي تحقـق إحصـاءات مشـاهدة تتجـاوز أحياناً دور السينما العالمية والبث عبر التليفزيون، وقد انتقل عدد من أبطال أفـلام اليوتيـوب إلى شاشة السينما مثل أبطال فيلم سمير وشهير وبهير بعـد أن اقتنـع منـتج بمـوهبتهم حيـنما تابعهم على منصة اليوتيوب.

وهناك إقبـال بـين الشـباب عـلى معرفـة تفاصـيل هـذه الصـناعة لأنهـم يكتشـفون أن جيوبهم تحوي أجهزة قادرة على صناعة أفلام مؤثرة في النـاس، ومـن الملاحـظ أنهـم يقومـون بالمونتاج على أجهزة الكمبيوتر، ويمكن أن يستخدم المحمول في إنتاج برامج ومسلسلات أيضاً.

وقد توقعت الباحثة أن يكون الهاتف المحمول وسيلة إنتاج لأفـلام مشـاريع التخـرج في معهد السينما وبعـض المعاهـد المتخصصـة، ولكـن يُنظـر إلى أفـلام المحمـول باعتبارهـا شـأن هواة[76] ويتم اشتراط إنتاج أفلام التخرج على شرائط خام باهظة التكلفة.

وتحفز إقامة المهرجانات الكبرى الشباب على مزيد من إنتاج الأفـلام المسـتقلة عـبر المحمول، وفي العادة تشـترط هـذه المهرجانـات أن تكـون الأفـلام المتسـابقة منتجـة عـبر الهاتف المحمول وليس عبر أي وسيط آخر حتى لو كـان غـير احـترافي، وفي العـادة تكـون

فكرة الفيلم وتنفيذه هما أهم عوامل نجاح الفيلم وليس جودته، وبخاصة في مواجهة مشاكل صناعة السينما المصرية مثل رواج الأفلام التجارية واعتماد الأفلام ذات المضمون الجيد على الأفكار المقتبسة من الأفلام الأمريكية.

خلاصة:

انشغلت البحوث المصرية بدراسة ظواهر استخدام الإنترنت وتنامي الإعلام الجديد وتأثيرات الشبكات الاجتماعية، وانشغلت عن دراسة اختلافات الوسيط وتأثيره في نمط الاستخدام وصناعة الظواهر الجديدة، خاصة وأن الإنترنت حاليًّا يستخدم عبر عدة أجهزة: الكمبيوتر الثابت، الكمبيوتر المحمول، الهواتف المحمولة، الوسائط اللوحية، التليفزيونات الذكية، ومن المتوقع أن يصل الإنترنت إلى معظم الأجهزة التي تعمل بالطاقة الكهربائية نظرًا لتطوير البُنى التحتية التي من الممكن أن توفر الإنترنت عبر إمدادات الكهرباء.

وبهذا، ندرت البحوث المصرية التي أولت اهتمامًا لدراسة الظواهر الإعلامية والاجتماعية المتعلقة باستخدامات المحمول والوسائط اللوحية، في الوقت الذي أولت فيه بعض الدراسات العربية اهتماماً بجوانب من تلك الظاهرة، ولكنه اهتمام محدودٌ مقارنة بسبق الدراسات والأدبيات غير العربية وبخاصة في الغرب..

ونرجو أن تولي الدراسات المصرية اهتماما بالدراسات الكيفية الراصدة لظواهر انتشار واستخدام الوسائط المحمولة في مصر، وأن تراعى المؤسسات الإعلامية هذه التطورات المتسارعة عبر إستراتيجية واضحة لتأهيل العاملين فيها وتبني توظيف الأدوات الجديدة، في ضوء انتشار الوسيط المتنقل وقدرته على إدرار دخل من المحتوى رديف للإعلانات.

هوامش الفصل الثالث

---

(1) Dale Peskin: News on the Go:How Mobile Devices Are Changing the World's Information Ecosystem.. A Report to the Center for International Media Assistance, September 27, 2011, available at: http://cima.ned.org/ publications news-go-how-mobile-devices-are-changing-worlds - information - ecosystem , accessed on: 26-11-2012, p 3.

(2) أقدس صـفاء الـدين رشـيد: الحمايـة القانونيـة لمشـتركي الهواتـف النقالـة، مجلـة جامعة الأنبار للعلوم القانونية والسياسية، العدد الرابع، متوفرة على الـرابط التـالي: http://www.iasj.net/iasj?func=fulltext&aId=15732تاريخ الـدخول 27-1-2013، ص 126.

(3) Dale Peskin, op.cit. , p 22.

(4) Silvia Elaluf-Calderwood, Carsten Sorensen and Ben Eaton: Digital Innovation on Mobile Platforms:A Business Model Analysis,available at: http://de2011 .computing.dundee.ac.uk/wp-content/uploads/2011/10/Digital-Innovation-on-Mobile -Platforms-A-Business-Model-Analysis.pdf , accessed on: 30-1-2013.

(5) David Murphy: Mobile Rich Media Grows Up, Scales Up, February 2012, available at:http :// adfonic.com / wp -content uploads /2012/ 03 /Adfonic _Whitepaper _ FINAL _updated-21.03.12.pdf, accessed on: 24-1-2013.

(6) محمد فتحي: "ويكيبيديا" تعتزم توفير محتواها عبر «رسائل نصـية قصـيرة» في الـدول الناميـة، جريدة المصري اليوم، 24 -2-2013، متوفر على الرابط التالي: http://www.almasryalyoum .com /node/1495231، تاريخ الدخول: 2-3-2013.

(7) مثال قريب حادث سقوط نيزك في روسيا، وكانت التغطية الآنية عبر صحافة المواطن.

(8) David Cameron: Mobile media and the journalism curriculum, 2007, available at: http://137.166.4.200/faculty/arts/commun/research/cameron_ mobile_07.pdf , accessed on: 1-2-2013.

(9) جريدة الحياة اللندنية، سلفيون يمنعون رقصة "هارلم شـيك" في مدرسـة تونسـية، الخمـيس 28 فبرايـر 2013، متـوفرة عـلى الـرابط التـالي: http://alhayat.com/Details/487861، تـاريخ الدخول: 28-2-2013م.

(10) مصطلح يشير إلى فكرة أو شعار أو شخصية تنتشر عبر الإنترنت وتصبح أيقونة معروفة مثل شخصية "أساحبي" المنتشرة على الفيس بوك.

(11) هناء جاسم السبعاوي: الآثار الاجتماعية للهاتف النقال، (دراسة ميدانية في مدينة الموصل)، مجلة دراسات موصلية، العدد 14 سنة 2006، متوفرة على الرابط التالي: http://www.iasj.net/iasj?func =fulltext&aId=6305، تاريخ الدخول 27-1-2013م.

(12) A Dissertation Presented: Finish Cultural Discourse About Mobile Phone Communication, Submitted to the Graduate School of the University of Massachusetts Amherst in partial fulfillment of the requirements for the degree of Doctor Of Philosophy, May 2007, available at: http://www.helsinki.fi/puhetieteet /henkilokunta/poutiainen/dissertation.pdf , accessed on: 1-2-2013.

(13) شذى بنت عبد الواحد الحميد: استخدامات الهاتف الجوال كوسيلة اتصالية في المجتمع السعودي والإشباعات المتحققة منه.. دراسة ميدانية على عينة من سكان مدينة الرياض، دراسة ماجستير غير منشورة، المملكة العربية السعودية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، كلية الدعوة والإعلام، قسم الإعلام، 2010، متوفر ملخص لها على الرابط التالي: http://libback.uqu.edu.sa/hipres/ABS/ind8175.pdf، تاريخ الدخول: 17-2-2013م.

(14) صفاح آمال فاطمة الزهراء: استخدام الهاتف النقال لدى الطالب الجامعي، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماجستير في علم اجتماع الاتصال، جامعة عبد الحميد بن باديس بالجزائر، كلية العلوم الاجتماعية، 2009-2010م، متوفرة على الرابط التالي: http://www.arabmediastudies.net/index.php?option=com_content& task=view&id=445&Itemid=1، تاريخ الدخول: 26-9-2012م.

(15) استخدام الأطفال للهواتف المحمولة - دراسة مقارنة على الصعيد الدولي لعام 2011، تقرير صادر عن تعاون بين اتحاد GSMA مع معهد أبحاث مجتمع الهاتف المحمول التابع لشركة NTT DOCOMO ، متوفر على الرابط التالي: -http://www.gsma.com/publicpolicy/wp content/uploads/2012/06/DOCOMO_Report2810_EXECSUM_Ar.pdf ، تاريخ الدخول: 16-2-2013.

(16) Understanding the Arab Digital Generation, Booz & Company - Google Arab Digital Generation survey 2012, available at: http://www.wamda .com/web /uploads/resources/BoozCo_Understanding-the-Arab-Digital-Generation .pdf , accessed on: 16-10-2012.

(17) Understanding the Arab Digital Generation, op.cit. , p 5.

(18) Pew Research Center's Internet & American Life Project, Mobile Connections to Libraries,DECEMBER 31, 2012, available at: http://libraries.pewinternet. org/files /legacy -pdf/PIP_MobileConnectionsToLibraries.pdf , accessed on: 20-1-2013.

(19) هو أحد المشاريع السبعة التي يرتكز عليها مركز بيو للأبحاث، ويهدف المشروع إلى أن يكون مصدرًا موثوقًا به عن تطور شبكة الإنترنت واستكشاف تأثيرها على الأسر والمجتمعات المحلية، والعمل، والمنزل، والحياة اليومية، والتعليم، والرعاية الصحية، والحياة المدنية والسياسية، وذلك عبر إجراء مسوحات منهجية على استخدامات الأمريكيين للشبكة.

(20) تقرير موجز مؤشرات الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، أغسطس 2013، منشور على موقع وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات بمصر، متوفر على الرابط:

http://www.mcit.gov.eg/Upcont/Documents/Publications_2992013000_ar_ICT_Indicators_in%20Brief_Arabic.pdf، تاريخ الدخول 26 - 11 - 2013.

(21) المصدر السابق.

(22) GSM Association, African Mobile Observatory.. Driving Economic and Social Development through Mobile Services, 2011, available at: http://www.mobileactive.org/files/file_uploads/African_Mobile_Observatory_ Full_Report_2011.pdf , accessed on: 23-1-2013.

(23) منظمة الأمم المتحدة للطفولة United Nations Children's Emergency Fund.

(24) UNICEF South Africa, South African mobile generation.. Study on South African young people on mobiles, 29 May 2012, available at: http://www.unicef.org/southafrica/SAF_resources_mobilegeneration.pdf, accessed on: 22-1-2013.

(25) Lee Humphreys, Thilo Von Pape and Veronika Karnowski: Evolving mobile media: Uses and conceptualizations of the mobile internet, Paper accepted for the Journal of Computer Mediated Communication, to appear in Volume 18,

Issue 3 , 2012, available at: http://www.thilovonpape.de /publications /HumphreysvonPapeKarnowski_2013.pdf , accessed on: 7-2-2013.

(26) نظرة على الإعلام العربي (2011-2015)، تقرير أصدره نادي دبي للصحافة، ومنشور على موقع منتدى الإعلام العربي، متوفر بالتسجيل على الرابط التالي: http://www.arabmediaforum ae/ar/amo.aspx.، تاريخ الدخول: 20-9-2012م.

(27) مشروع بحثي، ميزانيته 4 مليون دولار، مولته عدد من الشركات الكبرى.

(28) دون تابسكوت: جيل الإنترنت.. كيف يغير جيل الإنترنت عالمنا؟، ترجمة حسام بيومي محمود، (مصر: دار كلمات عربية، 2012)، الطبعة الأولى.

(29) إحدى المؤسسات العالمية الرائدة في مجال أبحاث ومعلومات السوق. وكانت شركة نيلسن قد أجرت دراسة مماثلة في 11 سوقاً عالمياً ومنها: إندونيسيا وتايلاند وسنغافورة وبريطانيا وألمانيا وروسيا وتركيا ورومانيا وبولندا ومصر والكويت.

(30) فاليسلافا ميتوديفا: سوق الهواتف الذكية في دولة قطر - الربع الأخير من عام 2011 من منظور المستهلكين، دراسة أجرتها شركة "نيلسن" للأبحاث التسويقية، منشورة في 3 فبراير 2012م، متوفرة على الرابط التالي:-http://www.ictqatar.qa/ar/documents/document/qatar-smartphone market-q4-2011 -syndicated-report -executive -summary، تاريخ الدخول: 25 -1-2013.

(31) تقرير "المشهد الرقمي في دولة قطر 2013 على مستوى الأسر والأفراد"، صادر عن المجلس الأعلى للاتصالات وتكنولوجيا المعلومات بدولة قطر، متوفر على الرابط التالي: http://www.ictqatar.qa/ar/documents/document/qatar%E2%80%99s-ict-landscape-2013-households-and-individuals، تاريخ الدخول: 7-2 - 2013م.

(32) Andreas Nilsson, Urban Nuldén and Daniel Olsson: Mobile Media: The Convergence of Media and Mobile Communications, in Convergence - the Journal of Research into New Media Technologies, Spring 2001, vol. 7, No. 1.

(33) Stig Nordqvist: Mobile e-paper devices changing media habits and challenging traditional journalism,May23,2007,available at:http:// www.innovationjournalism .org/ij4/presentations/stignordqvistmalinpicha.pdf , accessed on: 30-1-2013.

(34) Juan Miguel Aguado & Inmaculada J. Martínez: Massmediatizing Mobile

Phones: Content Development, Professional Convergence and Consumption Practices, This study is partially based on a research paper presented by the authors at the 2007 Mobile Media Conference organized by the University of Sydney, Australia (July 2-4), available at: http://web.bgu.ac.il /NR/rdonly res/34396BDB-6C0E-4931-A077-697451885123/34394/Aguadoedited.pdf, accessed on : 7- 2-2013.

(35) David Cameron: Mobile media and the journalism curriculum, op. cit.

(36) Katrin Verclas with Patricia Mechael: A Mobile Voice: The Use of Mobile Phones in Citizen Media, November 2008, available at: http://mobileactive .org/files/A%20Mobile%20Voice-The%20Role%20of%20 Mobile%20Phones% 20in %20 Citizen %20Media.pdf , accessed on: 30-1-2013.

(37) سلوى حسن البنا محمد عبد الحميد: استخدامات الشباب لخدمة الرسائل القصيرة SMS والإشباعات المتحققة منها، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عين شمس، كلية البنات، قسم الاجتماع، شعبة الإعلام، القاهرة، 2009م.

(38) جمال الرزن: "صحافة المواطن: المتلقي عندما يصبح مرسلاً"، المجلة التونسية لعلوم الاتصال، العدد 51-52 لسنة 2009م، متوفرة على الرابط التالي:

http://www.4shared.com/office/IRtSSpkm/_ html، تاريخ الدخول: 4-3-2013.

(39) عبد العزيز قبلان: دور وسائل الإعلام في عملية قضاء وقت الفراغ في المجتمع المصري، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان، 2009م.

(40) حسن عامر: نماذج تمويل المواقع والصحف الإلكترونية، من أوراق الملتقى العربي الأول للصحافة الإلكترونية المنعقد بشيراتون القاهرة تحت عنوان "مستقبل وسائل الإعلام في العصر الرقمي" من 27-29 نوفمبر 2010م.

(41) حسنين شفيق: الإعلام الجديد الإعلام البديل.. تكنولوجيات جديدة في عصر ما بعد التفاعلية، (القاهرة، دار فكر وفن، 2010)، الطبعة الأولى.

(42) Anindya Ghose, Avi Goldfarb and Sang-Pil Han: How is the Mobile Internet Different?

Search Costs and Local Activities, 2010, available at: http://misrc.umn.edu /wise/papers/1b-1.pdf , accessed on: 1-2-2013.

(43) TM capital, Digital Media: Monetizing Social and Mobile Media Industry Spotlight, 2010, available at: http://www.ccf.hu/documents//0/0000000122.pdf , accessed on: 1-2-2013.

(44) Jaakko Sinisalo: Mobile Customer Relationship Nanagement.. A Communication Perspective, Academic dissertation to be presented with the assent of the Faculty of Economics and Business Administration of the University of Oulu for public defence in Arina-sali, on 20 December 2010, available at: http://herkules.oulu.fi/isbn9789514263910/isbn9789514263910.pdf , accessed on: 30-1-2013.

(45) بيدرو مونتيرو: 12 مفهومًا لتصميم تطبيقات للـ iPAD. ضمن: الإبـداع في الصـحف. التقريـر الدولي لمجموعة أنوفيشان التقريـر الـدولي لعـامي 2009-2010، تمـت الترجمـة والـنشر بالعربيـة بواسطة برنامج تطوير الإعلام بمصر من الشعب الأمريكي، نشر الإصدار المترجم عام 2011.

(46)Dale Peskin, op.cit.

(47)Rhodes Journalism Review (RJR) 31, September 2011, available at: http://www.rjr.ru.ac.za/rjrpdf/rjr_no31/rjr31.pdf , accessed on: 30-1-2013.

(48) *Pew Research Center's* Project for Excellence in Journalism, Future Of Mobile News, October 1, 2012, available at: http://www.journalism.org /sites /journalism.org/files/Futureofmobilenews%20_final1.pdf, accessed on: 20-1-2013.

(49) Stephen Quinn: Mobile Journalism enables New Spapers To provide real-time coverage Online, available at: http://innovation-mediaconsulting .com/files/ file/INNOVATIONS% 20IN%20NEWSPAPERS%202009-PDF'S/ 14_ %20Mojo s%20(eng).pdf , accessed on: 1-2-2013.

(50) عبد الـلـه عبد العزيز سعود البليهي: مخاطر اسـتخدام كـاميرا الجـوال، رسـالة ماجسـتير غـير منشورة، الجامعة الأمريكية بلندن، كلية الأعمال وتقنية المعلومات، تخصص تقنيـة المعلومـات، 2005-2006م، متوفرة على موقع مكتبة الملك فهد الوطنية، تاريخ الدخول: 24-2-2013.

(51) Omotayo Banjo, Yifeng Hu and S. Shyam Sundar: Cell Phone Usage and Social Interaction with Proximate Others: Ringing in a Theoretical Model, The Open Communication Journal, 2008, 2, 127-135, available at: http://php.scripts .psu.edu/users/o/o/oob100/127TOCOMMJ.pdf , accessed on: 3-2-2013.

(52) محمود الزوادي: الهاتف الجوال والحاسوب ترسيخ التخلـف الآخـر في المجتمعـات المغاربيـة، مجلة المستقبل العربي، العدد 356، أكتوبر 2008، متـوفرة عـلى الـرابط التـالي: http://www. caus.org.lb /PDF /EmagazineArticles/356-07.pdf

تاريخ الدخول: 7-2-2013.

(53) Kim, Hye-won & Kim, Jong-deok and Lee, Hae-yun: A Study on the Public Sphere of Mobile Media, available at http://www.iasdr2009.org/ap/Papers/Orally%20Presented%20Papers/Media/A%20Study%20on%20the%20Public%20Sphere % 20of%20Mobile%20Media.pdf , accessed on: 24-1-2013.

(54) الاحتجاجات الشعبية في كوريا عام 2008 على استئناف الحكومة استيراد اللحوم الأمريكية المتوقع إصابتها بجنون البقر، رغم توقف عديد من دول الجوار عن استيرادها، ولازالت فعاليات هذه الاحتجاجات تتجدد حتى الآن.

(55) هوراد رينجولد Howard Rheingold، وهو ناقد أمريكي معاصر مهتم برصد الآثار الاجتماعية والاقتصادية المترتبة على انتشار وسائل الاتصال الحديثة.

(56) دايف لافونتان: الهاتف المحمول.. الصديق المخلص. ضمن: الإبداع في الصحف. التقرير الدولي لمجموعة أنوفيشان. التقرير الدولي لعامي 2009-2010، تمت الترجمة والنشر بالعربية بواسطة برنامج تطوير الإعلام بمصر من الشعب الأمريكي، نشر الإصدار المترجم عام 2011.

(57) Aaron Smith, Maeve Duggan: The State of the 2012 Election -Mobile Politics, OCTOBER 9, 2012, available at: http://pewinternet.org/~/ media/ Files/ Reports/2012/PIP_State_of_the_2012_race_mobile.pdf, Pew Research Center's Internet & American Life Project, accessed on: 20-1-2013.

(58) Jeffrey Ghannam: Digital Media in the Arab World One Year After the Revolutions, A Report to the Center for International Media Assistance, March 28, 2012, available at: http://cima.ned.org/sites/default/files/CIMA-Arab%20Spring%20Anniversary%20-%2005-14-12.pdf, accessed on: 26-11-2012.

(59) www. bambuser.com

(60) "موبايل أكتيف" (Mobile Active) هو مشروع أطلقته كل من منظمة غرين ميديا تولشيد (Green Media Toolshed) والشبكة غير الربحية لتيسير استخدام التكنولوجيا (NTEN: Nonprofit Technology Network)، حيث تتشكل منظمة "موبايل أكتيف" من مجموعة عالمية من الخبراء الاستراتيجيين والناشطين والتقنيين الذين يستخدمون الهاتف الخلوي في مضمار عملهم لإحداث تغيير اجتماعي.

(61) مايكل ستاين: استخدام الهاتف الخلوي لإشراك المجتمع المدني، دليل صادر بالانجليزية عن منظمة موبايل أكتف Mobile Active.org، وثمة نسخة عربية منه مترجمة من قبل "المعهد الديمقراطي الوطني ببيروت، متوفرة على الرابط التالي: http://anadigital.org/ 2012/05/library16//، تاريخ الدخول: 25-1-2013م.

(62) الرمز القصير هو "رمز خلوي قصير" مؤلف من عدة أرقام، يتصل بحملة ما عن طريق الهاتف الخلوي، مثال: ارسل كلمة "أنقذ" إلى رقم 22244 لإنقاذ الحيتان. (المصدر: مايكل ستاين: استخدام الهاتف الخلوي لإشراك المجتمع المدني، مرجع سابق).

(63) دليل عملي لحماية هويتك والحفاظ على سريتك أثناء وجودك على الإنترنت وأثناء استخدامك للتليفون المحمول.. للمواطنين في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، محدث في مارس 2011م.

(64) موقع أنا ديجيتال http://anadigital.org: مبادرة أولى من نوعها في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا تعنى بمنظّمات المجتمع المدني والمؤسسات غير الربحيّة، وتسعى لتطوير قدراتهم على استخدام وسائل الإعلام الاجتماعي وتكنولوجيا الهاتف النقال لتعزيز مهامهم والرقي بأهدافهم. والموقع مدعوم من آيريكس وبدعم من مبادرة الشراكة الأمريكيّة الشرق أوسطيّة.

(65) تطبيقات الهواتف النقالة لمنظمات المجتمع المدني، دليل ضمن سلسلة "أنا ديجيتال التعليمية"، متوفر على الرابط التالي: http://anadigital.org/2012/06/ngomobile/، تاريخ الدخول: 26-2-2013.

(66) سمير محمد حسين: دراسات في مناهج البحث العلمي..بحوث الإعلام، الطبعة الثانية، (القاهرة:عالم الكتب)، 1995م، ص:122.

(67) سامي طايع: بحوث الإعلام، (القاهرة: دار النهضة العربية)، 2001، ص 199.

(68) سامي طايع، مرجع سابق، ص 201.

(69) حظيت الباحثة بدورتين تدريبيتين في المركز الثقافي الفلسطيني بالقاهرة في شهري أكتوبر ونوفمبر 2012 حول: "صناعة الأفلام المستقلة عبر المحمول"، "مهارات البث المباشر للفيديو عبر المحمول".

---

(70) كلٌّ من:

- أيمن صلاح: مطور إعلام ومحاضر في الصحافة الإلكترونية بجامعة القاهرة والجامعة الأمريكية وجامعة الأهرام الكندية.
- فتحي أبو حطب: رئيس تحرير الموقع الإلكتروني لجريدة المصري اليوم.
- محمد جمال بشير: باحث اجتماعي ومدرب في الإعلام الجديد وصاحب كتاب الأولتراس.
- محمد كرارة: مخرج أفلام مستقلة.

(71) كلٌّ من:

- دعاء الشامي: معدة بقناة الجزيرة مباشر مصر.
- محمد طلبة رضوان: محرر ببرنامج "آخر النهار" (تقديم: محمود سعد)، على قناة النهار الفضائية.

(72) هذه المعلومة من خبرة الباحثة في إقامتها بإحدى دول الخليج لفترة.

(73) تقدم قنوات MBC خدمة متابعة حلقات المسلسلات التليفزيونية قبل يوم من عرضها، وتجتذب هذه الخدمة شرائح من الجمهور الخليجي ذي القدرة الشرائية العالية.

(74) هذا العدد قدره الباحث والكاتب أيمن الصياد في جلسة حوارية بعنوان "الإعلام المصري ما له وما عليه.. الحالة المصرية"، أقامها النادي الإعلامي في فندق ماريوت بتاريخ 20 فبراير 2013.

(75) مقابلة أيمن صلاح، مصدر سابق.

(76) مقابلة المخرج محمد كرارة، مصدر سابق.

المصادر والمراجع

أولاً: المصادر

1- مقابلات ميدانية:

- أحمد سبيع، مدير تحرير موقع إخوان أون لاين، مقابلة بمكتبه في المقر القديم للموقع بالجيزة، شارع البحر الأعظم، يوم الخميس 2011/6/2م.
- إسلام حامد، سكرتير تحرير موقع محيط. كوم، مقابلة بمكتبه في مقر شركة محيط بالمهندسين يوم الأربعاء 2006/2/8م.
- أيمن صلاح: مطور إعلام ومحاضر في الصحافة الإلكترونية بجامعة القاهرة والجامعة الأمريكية وجامعة الأهرام الكندية، بالمعادي، يناير 2013م.
- دعاء الشامي: معدة بقناة الجزيرة مباشر مصر.
- سامح عبد الله، المكلف بتطوير موقع الأهرام، مقابلة بمكتبه في مؤسسة الأهرام يوم السبت 2006/1/31م.
- صلاح عبد الصبور، أمين عام الاتحاد العربي للصحافة الالكترونية، مقابلة بكلية الإعلام جامعة القاهرة، يوم السبت 2011/1/16م.
- عادل عبد الرحمن، القائم بأعمال مدير التحرير ورئيس قسم التحقيقات بموقع محيط، مقابلة بمكتبه في مكتبه بمقر الموقع في المهندسين، يوم الاثنين 2011/6/6م.
- عبير سعدي، عضو مجلس نقابة الصحفيين، مقرر لجنة تطوير المهنة والتدريب بالنقابة، مقابلة بمكتبها في جريدة الأخبار يوم الأربعاء 19 يناير 2011م.
- عبد الجليل الشرنوبي، رئيس تحرير موقع إخوان أون لاين. نت، مقابلة بمكتبه في المركز الدولي للإعلام بالهرم، يوم الأحد 25/ 12/ 2005م.
- عبد الرحمن أبو عوف، مدير تحرير موقع المصريون، مقابلة بالمقر الجديد للموقع بشارع رمسيس بوسط المدينة، يوم الاثنين 2011/6/13م.

المصادر والمراجع

- عبد اللـه عبد السلام، مسؤول تحرير بوابة الأهرام الالكترونية، مقابلة بمكتبه بجريدة الأهرام، يوم الاثنين 2011/5/30م.
- عماد السيد، مسؤول المحتوى في شركة لينك، مقابلة بمقر الشركة في حي المعادي، يوم الثلاثاء 2011/6/7م.
- عماد سيد، مدير تحرير موقع مصراوي، مقابلة في مكتبه بمقر شركة لينك في حي المعادي، يوم الثلاثاء 14 /2 /2006م.
- فتحي أبو حطب: رئيس تحرير الموقع الإلكتروني لجريدة المصري اليوم، بجريدة المصري اليوم، يناير 2013م.
- محمد جمال بشير: باحث اجتماعي ومدرب في الإعلام الجديد وصاحب كتاب الأولتراس.
- محمد زيدان، نائب رئيس تحرير المحتوى العربي بشبكة إسلام أون لاين. نت سابقًا، مقابلة بمكتبه في المقر القديم للموقع بالدقي، يوم الأربعاء 2006/2/15م.
- محمد طلبة رضوان: محرر ببرنامج "آخر النهار" (تقديم: محمود سعد)، على قناة النهار الفضائية.
- محمد كرارة: مخرج أفلام مستقلة، فبراير 2013م.
- محمود سلطان، رئيس تحرير موقع المصريون. كوم، مقابلة بمكتبه بالمقر القديم للموقع في حي عين شمس، يوم الأحد 2006/2/12م.
- هشام جعفر، رئيس مجلس أمناء مؤسسة مدي للتنمية الإعلامية المؤسسة لموقع أون إسلام، ورئيس المحتوى العربي السابق بموقع إسلام أون لاين، مقابلة بمكتبه في مقر الموقع بالحي المتميز- مدينة 6 أكتوبر، يوم الأربعاء 2011/6/15م.
- يحيى قلاش، سكرتير عام النقابة سابقًا، مقابلة بمكتبه في جريدة الجمهورية، يوم السبت 2010/12/18م.

2- ندوات وورشات عمل:

- ندوة "دور المواطن الصحفي في تغطية انتخابات 2010"، بنقابة الصحفيين، يوم السبت 2010/12/18م.
- ورشة تدريبية للباحث والصحفي نصري عصمت ألقاها بنقابة الصحفيين في يومي 12-13 ينـاير 2011 حول توظيف وسائل الإعلام الاجتماعي (فيس بوك، تويتر، يوتيوب) في خدمة العمل الصحفي.

ثانياً: المراجع بالعربية

1- رسائل علمية غير منشورة:

- أحمد علي الشعراوي: تأثير منافسة وسائل الإعلام الالكترونية في فن التحرير الصحفي.. دراسة مسحية على عينة من الصحف المصرية والسورية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، أكتوبر 2009م.
- أمنية مصطفى حامد مصطفى: اقتصاديات إدارة المواقع الإخبارية الالكترونية.. دراسة تطبيقية على عينة من المواقع المصرية، رسالة الماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2010م.
- سماح عبد الرزاق الشهاوي: علاقة التفاعلية باستخدام الشباب للمواقع الموجهة لهم على شبكة الانترنت، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2009م.
- سلوى حسن البنا محمد عبد الحميد: استخدامات الشباب لخدمة الرسائل القصيرة SMS والإشباعات المتحققة منها، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عين شمس، كلية البنات، قسم الاجتماع، شعبة الإعلام، القاهرة، 2009م.
- سميرة محيي الدين شيخاني: أثر تكنولوجيا الاتصال والمعلومات على تطور فنون الكتابة الصحفية.. دراسة تطبيقية على الصحافة المصرية والسورية اليومية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 1999م.
- عبد العزيز قبلان: دور وسائل الإعلام في عملية قضاء وقت الفراغ في المجتمع المصري، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان، 2009م.

- عبد اللـه عبد العزيز سعود البليهي: مخاطر استخدام كاميرا الجوال، رسـالة ماجسـتير غـير منشـورة، الجامعة الأمريكية بلندن، كلية الأعمال وتقنية المعلومات، تخصـص تقنيـة المعلومـات، 2005-2006م، متوفرة على موقع مكتبة الملك فهد الوطنية، تاريخ الدخول: 24-2-2013م.
- مها عبد المجيد صلاح: استخدامات الجمهور المصري للصحف اليومية الإلكترونية على شبكة الإنترنت.. دراسة تحليلية وميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعـلام، قسـم الصـحافة، 2005م.
- ماجد سالم تربان: الصحافة الالكترونية الفلسطينية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة الدول العربية، المنظمـة العربيـة للتربيـة والثقافـة والبحـوث، معهـد البحـوث والدراسـات العربيـة، قسـم البحـوث والدراسات الإعلامية، إبريل 2007م.
- منار فتحي محمد رزق: تصميم المواقع الالكترونيـة للصـحف المصريـة عـلى شـبكة الانترنـت.. دراسـة مقارنة في التقنيات والقائم بالاتصال والجمهور، رسالة دكتـوراه غـير منشـورة، جامعـة القـاهرة، كليـة الإعلام، 2009م.
- مها عبد المجيد صلاح: المتغيرات المؤثرة على التفاعلية في النشر الصحفي على شبكة الانترنـت.. دراسـة تحليلية وشبه تجريبية؛ رسالة دكتورة غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2007م.

2- أبحاث منشورة في دوريات ومؤتمرات علمية:

- بيدرو مونتيرو: 12 مفهومًا لتصميم تطبيقات للـ iPAD. ضمن: الإبـداع في الصـحف. التقريـر الـدولي لمجموعة أنوفيشان التقرير الدولي لعامي 2009-2010، تمت الترجمة والنشر بالعربية بواسطة برنـامج تطوير الإعلام بمصر من الشعب الأمريكي، نشر الإصدار المترجم عام 2011.
- حسن عامر: نماذج تمويـل المواقـع والصـحف الإلكترونيـة، مـن أوراق الملتقـى العـربي الأول للصـحافة الإلكترونية المنعقد بشيراتون القاهرة تحت عنوان "مستقبل وسائل الإعلام في العصر الرقمي" من 27-29 نوفمبر 2010م.
- جمال غيطاس: مدخل إلى الصحافة الالكترونية، المؤتمر الرابع للصحفيين المنعقـد بالنقابـة مـن 23-25 فبراير، 2004م.

المصادر والمراجع

- دايف لافونتان: الهاتف المحمول.. الصديق المخلص. ضمن: الإبداع في الصحف. التقرير الدولي لمجموعة أنوفيشان. التقرير الدولي لعامي 2009-2010، تمت الترجمة والنشر بالعربية بواسطة برنامج تطوير الإعلام بمصر من الشعب الأمريكي، نشر الإصدار المترجم عام 2011م.
- السيد بخيت: أخلاقيات العمل الإعلامي.. دراسة مقارنة بين البيئة الإعلامية الرقمية والتقليدية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلد السابع، العدد الأول، يناير – يونيو 2006م.
- السيد بخيت: أدوار مستخدمي المواقع الالكترونية في صناعة المضامين الإعلامية.. دراسة في المفاهيم وبيئة العمل، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلد التاسع، العدد الثاني، يوليو – ديسمبر 2008م.
- شريف درويش اللبان: الرقابة على شبكة الإنترنت: دراسة حالة دول الخليج العربي، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الخامس عشر، إبريل – يونيو2002م.
- شيم عبد الحميد قطب: رؤية القائم بالاتصال في الصحافة المصرية لمواقع التدوين في إطار التكامل بين الوسائل التقليدية والجديدة؛ المجلة المصرية لبحوث الصحافة، جامعة القاهرة، مركز التوثيق والتراث الصحفي بكلية الإعلام، المجلد الأول (العدد الأول والثاني) أكتوبر – ديسمبر 2009/ يناير – مارس 2010م.
- طارق عطية: مصر- على خطى الرواد، الإبداع في الصحف. التقرير الدولي لمجموعة أنوفيشان لعام 2008، تم الترجمة والنشر بالعربية بواسطة برنامج تطوير الإعلام بمصر من الشعب الأمريكي، مطابع متروبول بمصر، 2008م.
- عادل الأنصاري: الصحافة الإلكترونية المعايير والضوابط؛ ورقة مقدمة إلى ندوة الصحافة الإلكترونية بنقابة الصحفيين؛ بتاريخ 2004/8/9م.
- عصام نصر سليم: حدود حرية الرأي في ساحات الحوار العربي عبر الإنترنت، المؤتمر العلمي السنوي السابع "الإعلام وحقوق الإنسان العربي"؛ الجزء الثاني، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مايو2001م.

المصادر والمراجع

- محمد الأمين موسى أحمد: توظيف الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني العربي، ورقة بحثية مقدمة لمؤتمر "صحافة الإنترنت: الواقع والتحديات"، جامعة الشارقة، كلية الاتصال، 22-24 نوفمبر 2005م.
- محمد سعد أحمد إبراهيم: الاتجاهات الحديثة في دراسات القائم بالاتصال، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، أكتوبر- ديسمبر 2000م.
- نجوى عبد السلام فهمي، مها عبد المجيد صلاح: العوامل المؤثرة في سهولة استخدام النصوص الإخبارية على شبكة الانترنت وعلاقتها بالتذكر.. دراسة تجريبية، بحث مقدم في مؤتمر الاتحاد الدولي لبحوث الإعلام والاتصال، الجامعة الأمريكية بالقاهرة، يوليو 2006م.
- نعايم سعد زغلول: الانترنت كنافذة إعلامية جديدة.. الواقع والمستقبل، ورقة مقدمة للملتقى العربي الأول للصحافة الالكترونية "مستقبل وسائل الإعلام في العصر الرقمي"، القاهرة، فندق الشيراتون، 28-30 نوفمبر 2010م.
- النعمي العالم: الممارسة المهنية للصحفيين في الصحافة الالكترونية، ورقة مقدمة للملتقى العربي الأول للصحافة الالكترونية "مستقبل وسائل الإعلام في العصر الرقمي"، القاهرة، فندق الشيراتون، 28-30 نوفمبر 2010م.
- هشام جعفر: الصحافة الالكترونية في مصر.. الواقع والتحديات، المؤتمر الرابع للصحفيين المنعقد بالنقابة من 23-25 فبراير، 2004م.
- وارين ليرود: الصحيفة التي تتمتع بالشفافية تفتح أبوابها أمام الجمهور، الإبداع في الصحف. التقرير الدولي لمجموعة أنوفيشان لعام 2008، تم الترجمة والنشر بالعربية بواسطة برنامج تطوير الإعلام بمصر من الشعب الأمريكي، مطابع متروبول بمصر، 2008م.

3 -أبحاث منشورة على الإنترنت:

- استخدام الأطفال للهواتف المحمولة - دراسة مقارنة على الصعيد الدولي لعام 2011، تقرير صادر عن تعاون بين اتحاد GSMA مع معهد أبحاث مجتمع الهاتف المحمول التابع لشركة NTT DOCOMO، متوفر على الرابط التالي:

http://www.gsma.com/publicpolicy/wp-content/uploads/2012/06/DOCOMO_Report2810_EXECSUM_Ar.pdf

تاريخ الدخول: 16-2-2013.

المصادر والمراجع

- أقدس صفاء الدين رشيد: الحماية القانونية لمشتركي الهواتف النقالة، مجلة جامعة الأنبار للعلوم القانونية والسياسية، العدد الرابع، متوفرة على الرابط التالي:

http://www.iasj. net/iasj?func =fulltext&aId=15732

تاريخ الدخول 27-1-2013م.

- المهدي الجندوبي: كيف غير الإعلام الجديد أساليب العمل الصحفي؟، المجلة التونسية لعلوم الاتصال، عدد 51-52، 2010م، متوفر على مدونة الدكتور المهدي الجندوبي، على الرابط التالي:

http://dl.dropbox.com/u/7572773/JournalismWritingCourses/TIC%20et%20pratique%20du%20journalime%20RTC.pdf

تاريخ الدخول: 2010/11/30م.

- تقرير "المشهد الرقمي في دولة قطر 2013 على مستوى الأسر والأفراد"، صادر عن المجلس الأعلى للاتصالات وتكنولوجيا المعلومات بدولة قطر، متوفر على الرابط التالي:

http://www.ictqatar.qa/ar/documents/document/qatar%E2%80%99s-ict-landscape-2013-households-and-individuals

تاريخ الدخول: 7-2 – 2013م.

- جمال الرزن: صحافة المواطن.. المتلقي عندما يصبح مرسلاً، المجلة التونسية لعلوم الاتصال، العدد 51-52، 2009، متوفر على موقع البوابة العربية لعلوم الاتصال والإعلام؛ في الرابط التالي:

http://www.arabmediastudies.net/index.php?option=com_content&task=view&id=393&Itemid=1.

تاريخ الدخول: 26 /2010/1م.

- زهير مصطفى دولة وعماد محمد اشتيوي: القائم بالاتصال في المواقع الإخبارية الفلسطينية.. دراسة ميدانية، الجامعة الإسلامية بغزة، كلية الآداب، قسم الصحافة والإعلام، بحث غير منشور، مصور على الرابط التالي:

http://site.iugaza.edu.ps/jdalou/files/2010/02/p-j-100_(6).pdf

تاريخ التحميل: 2011/4/11م.

- سيف الدين حسن العوض: الصحافة التفسيرية في مقابل الصحافة الاستقصائية، مجلة علوم إنسانية (الصادرة في هولندا)، ربيع 2008، الدراسة متوفرة على الرابط التالي:

http://www.ulum.nl /d82.html،

تاريخ الدخول: 28 / 2009/12م

- شذى بنت عبد الواحد الحميد: استخدامات الهاتف الجوال كوسيلة اتصالية في المجتمع

السعودي والإشباعات المتحققة منه.. دراسة ميدانية على عينة من سكان مدينة الرياض، دراسة ماجستير غير منشورة، المملكة العربية السعودية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، كلية الدعوة والإعلام، قسم الإعلام، 2010، متوفر ملخص لها على الرابط التالي: http://libback.uqu.edu.sa/hipres/ABS/ind8175.pdf، تاريخ الدخول: 17-2-2013م.

- صفاح آمال فاطمة الزهراء: استخدام الهاتف النقال لدى الطالب الجامعي، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماجستير في علم اجتماع الاتصال، جامعة عبد الحميد بن باديس بالجزائر، كلية العلوم الاجتماعية، 2009-2010م، متوفرة على الرابط التالي:

http://www.arabmediastudies.net/index.php?option=com_content&task=view&id=445&Itemid=1

تاريخ الدخول: 26-9-2012م.

- فاليسلافا ميتوديفا: سوق الهواتف الذكية في دولة قطر – الربع الأخير من عام 2011 من منظور المُستهلكين، دراسة أجرتها شركة "نيلسن" للأبحاث التسويقية، منشورة في 3 فبراير 2012م، متوفرة على الرابط التالي:

http://www.ictqatar.qa/ar/documents/document/qatar-smartphone-market-q4-2011-syndicated-report-executive-summary

تاريخ الدخول: 25 -1-2013.

- مايكل ستاين: استخدام الهاتف الخلوي لإشراك المجتمع المدني، دليل صادر بالانجليزية عن منظمة موبايل أكتف Mobile Active.org، وثمة نسخة عربية منه مترجمة من قبل "المعهد الديمقراطي الوطني ببيروت، متوفرة على الرابط التالي: http://anadigital.org/2012/05/library16/، تاريخ الدخول: 25-1-2013م.

- محمد بن سليمان الصبيحي: العلاقة الوظيفية بين القائم بالاتصال والجمهور.. دراسة وصفية في ضوء المتغيرات الاتصالية الحديثة في المملكة العربية السعودية، دراسة دكتوراه غير منشورة، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، كلية الدعوة والإعلام، قسم الإعلام، 2007-2008م، مصورة بصيغة pdf على الرابط التالي: http://www.4shared.com/document/5SYI75tB/______.html، تاريخ التحميل: 2010/11/12م.

- محمود الزوادي: الهاتف الجوال والحاسوب ترسيخ التخلف الآخر في المجتمعات المغاربية، مجلة المستقبل العربي، العدد 356، أكتوبر 2008، متوفرة على الرابط التالي: http://www.caus.org.lb/PDF/ Emagazine Articles/356-07.pdf،

تاريخ الدخول: 7-2-2013.

- نصر الدين لعياضي: الأنواع الصحفية في الصحافة الإلكترونية... نشأة مستأنفة أو قطيعة؟، موقع البوابة الإعلامية لعلوم الاتصال والإعلام، الدراسة متوفرة على الرابط التالي: http://www .arabmediastudies.net/ images /stories/pdf /intervention %20elayadi.pdf.
  تاريخ الدخول: 2010/1/3م.
- نظرة على الإعلام العربي (2011-2015)، تقرير أصدره نادي دبي للصحافة، ومنشور على موقع منتدى الإعلام العربي، متوفر بالتسجيل على الرابط التالي: http://www.arabmediaforum.ae /ar/amo.aspx، تاريخ الدخول: 20-9-2012م.
- هناء جاسم السبعاوي: الآثار الاجتماعية للهاتف النقال، (دراسة ميدانية في مدينة الموصل)، مجلة دراسات موصلية، العدد 14 سنة 2006، متوفرة على الرابط التالي: http://www.iasj.net /iasj?func= fulltext&aId=6305، تاريخ الدخول 27-1-2013م.

4 - كتب:

- حسنين شفيق: الإعلام الجديد الإعلام البديل.. تكنولوجيات جديدة في عصر ما بعد التفاعلية، (القاهرة، دار فكر وفن، 2010)، الطبعة الأولى.
- جيهان أحمد رشتى: الأسس العلمية لنظريات الإعلام، (القاهرة: دار النهضة العربية)، 1993م.
- دون تابسكوت: جيل الإنترنت.. كيف يغير جيل الإنترنت عالمنا؟، ترجمة حسام بيومي محمود، (مصر: دار كلمات عربية، 2012)، الطبعة الأولى.
- ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم: مناهج وأساليب البحث العلمي.. النظرية والتطبيق، (عمان: دار الصفاء للنشر والتوزيع)، 2000م، الطبعة الأولى.
- سامي طايع: بحوث الإعلام، (القاهرة: دار النهضة العربية)، 2001م.
- سمير محمد حسين: دراسات في مناهج البحث العلمي.. بحوث الإعلام، الطبعة الثانية، (القاهرة: عالم الكتب)، 1995م.
- السيد بخيت: الإنترنت وسيلة اتصال جديدة.. الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية، (الإمارات: دار الكتاب الجامعي)، 2004م، الطبعة الأولى.
- شريف درويش اللبان: تكنولوجيا الاتصال.. المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية)،2000م، الطبعة الأولى.

المصادر والمراجع

- شريف درويش اللبان: مداخلات في الإعلام البديل والنشر الإلكتروني على الانترنت، (القاهرة: دار العالم العربي)،2011م.
- عقيل حسين عقيل: فلسفة مناهج البحث العلمي، (القاهرة: مكتبة مدبولي)، 1999م.
- فاطمة عوض صابر، ميرفت على خفاجة: أسس ومبادئ البحث العلمي، (الإسكندرية: مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية)، 2002م، الطبعة الأولى.
- محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، (القاهرة: عالم الكتب)، 2004م، الطبعة الثانية.
- محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، (القاهرة:عالم الكتب)، 2004م، الطبعة الثالثة.
- محمد عبد الحميد: الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، (القاهرة: عالم الكتب)، 2007م، الطبعة الأولى.
- محمد عهدي فضلي: الإعلام الرقمي.. بين الصحافة الرقمية والورقية، طباعة أخبار اليوم، د.ت، د.ن.

5- مقالات منشورة في مواقع إلكترونية:

- جوجل تتهم الصين بتخريب بريد جي ميل الإلكتروني، 2011/3/21م، متوفر على الرابط التالي: http://www.bbc.co.uk/arabic/multimedia/2011/03/110321_google_china.shtml، تاريخ الدخول : 2011/4/5م.
- صحيفة (ديلي) على الآي باد تبحث عن قراء، 2011/10/1م، متوفر على الرابط التالي:

http://www.shorouknews.com/news/view.aspx?cdate=01102011&id=61f758da-7c06-4fa5-881f-3f93f35041ef

تاريخ الدخول: 2011/10/6م.

- مردوخ يطلق صحيفة رقمية حصريًّا لجهاز "آي باد"، موقع CNN بالعربية، 22-12-2010م، متوافر على الرابط التالي:

http://arabic.cnn.com/2010/scitech/11/22/ipad.digitalnewspaper/index.html

تاريخ الدخول: 31-12-2010م.

- آر إس إس- من ويكيبيديا، الموسوعة الحرة، آخر تحديث للصفحة: 2009/12/29، تاريخ الدخول: 2010/1/24.
- جريدة الحياة اللندنية، سلفيون يمنعون رقصة "هارلم شيك" في مدرسة تونسية، الخميس 28 فبراير 2013 متوفرة على الرابط التالي: http://alhayat.com/Details/487861، تاريخ الدخول: 28-2-2013م.
- دليل عملي لحماية هويتك والحفاظ على سريتك أثناء وجودك على الإنترنت وأثناء استخدامك للتليفون المحمول.. للمواطنين في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، محدث في مارس 2011م.
- رحاب عبد المحسن: دليلك لاحتراف البحث على الإنترنت، إسلام أون لاين، 2009/2/15، متوفر على الرابط التالي:

http://www.islamonline.net/servlet/Satellite?c=ArticleA_C&pagename=Zone-Arabic-HealthScience/HSALayout&cid=1175008803855

تاريخ الدخول: 2010/1/30م.
- شارك برأيك: تعليقاتكم: جوجل والصين والرقابة على الانترنت، 2011/1/14م، متوفر على الرابط التالي: http://newsforums.bbc.co.uk/ws/ar /thread.jspa ?forumID =10920
تاريخ الدخول:2011/4/5م.
- صفحة "كلنا خالد سعيد"، على الرابط التالي: http://www.facebook.com /ElShaheeed، تاريخ متابعة آخر تحديث: 2011/10/6م.
- عن ويكيبيديا- من ويكيبيديا، الموسوعة الحرة، آخر تحديث 2010/1/18، متاح على الرابط التالي:
http://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%88%D9%8A%D9%83%D9%8A%D8%A8%D9%8A%D8%AF%D9%8A%D8%A7:%D8%AD%D9%88%D9%84

تاريخ الدخول: 2010/2/2م.
- فراج إسماعيل: صحافة أكثر انتشاراً، موقع المصريون، 2009/11/30، متاح على الرابط التالي: http://www.almesryoon.com/news.aspx?id=21469، تاريخ الدخول: 2009/11/30م.
- كلمة تعريفية بخدمة أخبار جوجل، متوفرة على الرابط التالي: http://news.google. com/intl/ ar/about _google_news.html، تاريخ الدخول: 3-4-2011م.

- محرك بحث- من ويكيبيديا، الموسوعة الحرة، آخر تحديث للصفحة: 31 /2009/12، متوفر على الرابط التالي:

http://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%85%D8%AD%D8%B1%D9%83_%D8%A8%D8%AD%D8%AB

تاريخ الدخول: 2010/2/1م.

- محمد فتحي: "ويكيبيديا" تعتزم توفير محتواها عبر «رسائل نصية قصيرة» في الدول النامية، جريدة المصري اليوم، 24 -2-2013، متوفر على الرابط التالي: http:// www.almasryalyoum .com/node/1495231، تاريخ الدخول: 2013-3-2.

- مفصل- من ويكيبيديا الموسوعة الحرة، متوفر على الرابط التالي: http://ar .wikipedia.org /wiki/%D9%85%D9%81%D8%B5%D9%84، تاريخ الدخول: 3-4-2011، آخر تعديل لهذه الصفحة في 17:53، 4 يناير 2011م.

- من إحصاءات فيس بوك المنشورة على الموقع، متوفرة على الرابط التالي: http://www .facebook.com/press/info.php?statistics، تاريخ الدخول: 2011/10/6م.

- مها عبد المجيد: النشر الورقي والإلكتروني من الفصل إلى الدمج، إسلام أون لاين، 2008/1/13، متوافر على الرابط التالي:

http://www.islamonline.net/servlet/Satellite?c=ArticleA_C&cid=1199279310544&pagename=Zone-Arabic-ArtCulture%2FACALayout

تم الدخول في: 2009/12/28م.

- موقع أليكسا www. Alexa.com.

- من إحصائيات فيس بوك المنشورة على الموقع، متوفرة على الرابط التالي: http://www .facebook.com/press/info.php?statistics، تاريخ الدخول: 6/ 10/ 2011م.

- وادي السيلكون- من ويكيبيديا- الموسوعة الحرة، متوافر على الرابط التالي: http://ar.wikipedia. org/wiki/%D9%88%D8%A7%D8%AF%D9%8A_%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%8A%D9%84%D9%83%D9%88%D9%86، تاريخ الدخول: 30-12-2010، آخر تعديل لهذه الصفحة في 14:35، 21 سبتمبر 2010م.

6- وثائقيات متلفزة:

- فيلم "وادي السيليكون" الوثائقي، المذاع على قناة المجد الفضائية، متوافر في ثلاثة أجزاء على موقع اليوتيوب، تاريخ الدخول: 11-1-2010، على الروابط الثلاث التالية:

http://www.youtube.com/watch?v=Ciz5yLNK9oI&feature=related

http://www.youtube.com/watch?v=_fGfmUWgCT0&feature=related
http://www.youtube.com/watch?v=_AWfP9_ojxM&feature=related

ثالثاً: المراجع بغير العربية

- Online Journalists Optimistic About Revenue and Technology, Concerned About Changing Values,available at:http://journalists.org/resource /resmgr/docs/online _journalists_survey_re.pdf , accessed on: 14-1-2010.
- Aaron Smith, Maeve Duggan: The State of the 2012 Election -Mobile Politics, OCTOBER9,2012,available at:http://pewinternet.org/~/media//Files/Reports/ 2012 / PIP_State_of_the_2012_race_mobile.pdf,Pew Research Center's Internet & American Life Project, accessed on: 20-1-2013.
- A Dissertation Presented: Finish Cultural Discourse About Mobile Phone Communication, Submitted to the Graduate School of the University of Massachusetts Amherst in partial fulfillment of the requirements for the degree of Doctor Of Philosophy, May 2007, available at: http://www .helsinki.fi /puhetieteet /henkilokunta/poutiainen/dissertation.pdf, accessed on: 1-2-2013.
- Alejandro Rost: The concept of hypertext in digital journalism, 23 Conference and General Assembly, IAMCR/AIECS/AIERI Barcelona, 21-26 of july 2002, available at:http://www.portalcomunicacion.com/bcn2002/n_eng/programme/prog_ind /papers /r/ pdf /r011se03_rost.pdf, accessed in: 6/1/2010.
- Alfred Hermida: The Blogging BBC: Journalism blogs at 'the world's most trusted news organisation', available at: http://www.reportr.net/wp-content/ uploads/ 2009/08/bbc -blogs-hermida-pre-pub.pdf, accessed on: 17/11/2010.
- Amanda Termén: Innovative Journalism as a Base for Innovation Journalism, available at: http://www.innovationjournalism.org /archive/ INJO-3-4/ Termen.pdf, accessed in: 12/1/2010.
- Anindya Ghose, Avi Goldfarb and Sang-Pil Han: How is the Mobile Internet Different?
  Search Costs and Local Activities, 2010, available at: http://misrc.umn .edu/wise /papers /1b-1.pdf , accessed on: 1-2-2013.
- Andreas Nilsson, Urban Nuldén and Daniel Olsson: Mobile Media: The Convergence of Media and Mobile Communications, in Convergence – the Journal of Research into New Media Technologies, Spring 2001, vol. 7, No. 1.
- Andras Nyiro: Multimedia journalism calls for new skills without losing the

old, 4/6/2007, available at:
http://www.pressgazette.co.uk/story.asp?storycode=37814, accessed on: 9/1/2010.

- Axel Bruns: Community Building through Communal Publishing: The Emergence of Open News, available at:
http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.152.8171&rep=rep1&type=pdf , accessed on: 21-11-2010.
- Axel Bruns: News Blogs and Citizen Journalism: New Directions for e-Journalism, availale at:http://produsage.org/files/News%20Blogs%20and% 20 Citizen % 20 Journalism.pdf, accessed on: 16-11-2010.
- Axel Bruns: The Active Audience: Transforming Journalism from Gatekeeping to Gatewatching, available at:
http://snurb.info/files/The%20Active%20Audience.pdf , accessed on: 21-11-2010.
- Baher Esmat and Juan Fernández: International Internet Connections Costs, available at: http://www.wgig.org/docs /book/Baher_Esmat_and _Juan_Fern%C3 %A1ndez %20.pdf , accessed in: 24/6/2010.
- Bruce Garrison: Journalists' Newsroom Roles And Their World Wide Web Search Habits, A paper presented to the Mass Communication and Society Division, Association for Education in Journalism and Mass Communication, August 2000, Phoenix, available at:
http://com.miami.edu/car/phoenix2.pdf , accessed in: 22/1/2010.
- Bruce Garrison: ONLINE INFORMATION USE IN NEWSROOMS, A paper presented to the University of Luton Creativity and Consumption Conference, Luton, U.K., March 29-31, 1999. available at:
http://com.miami.edu/car/Luton-BG.pdf , accessed in: 29/1/2010.
- Bruce Garrison: Wold Wide Web Use In Newsrooms, 1997-99, A paper presented to the Mass Communication and Society Division, Association for Education in Journalism and Mass Communication, August 2000, Phoenix, available at: http://com.miami.edu/car/phoenix3.pdf , accessed in: 29/1/2010.
- Carla T.Savalli:Newsroom of the Future, December2006,available at:http:// www. spokesmanreview.com/media/pdf/010407_sr_newsroom_report.pdf, accessed in: 26/12/2009.
- Christopher B. Daly: Introduction to Hypertext Writing Style, available at: http://www.bu.edu/cdaly/hyper.html , accessed in: 6/1/2010.
- Christopher Harper: Journalism in a Digital Age, available at:
http://www.siyasaliletisim.org/pdf/ingilizcemakaleler/journalism-in-a-digital-age.pdf , accessed on: 22/1/2010.

- Cindy Royal: Using Flash to Create Animated Environments, available at: http://www.cindyroyal.com/newmedia/handouts/flash.pdf,accessed on: 12/1/2010.
- C. Max Magee: The Roles of Journalists in Online Newsrooms, available at: http://www.editteach.org/downloads/?download_id=167&filename=Roles of Journalists in Online Newsrooms.pdf , accessed on: 12-4-2011.
- Courtney Radsch: Core to Commonplace: The evolution of Egypt's blogosphere, available at:http://arabmediasociety.org/articles/downloads/20080929140127_AMS6_ Courtney_ Radsch .pdf, accessed on: 16-11-2010.
- Dale Peskin: News on the Go:How Mobile Devices Are Changing the World's Information Ecosystem.. A Report to the Center for International Media Assistance, September 27, 2011, available at: http://cima.ned .org/publications /news-go-how-mobile-devices-are-changing -worlds-information-ecosystem , accessed on: 26-11-2012.
- Daniel Bennett: why journalists must understand "link journalism"?, 14/5/2009, available at: http://mediatingconflict.blogspot.com/2009/05/why-journalists-must-understand -link.html, accessed in: 5/1/2010.
- David Cameron: Mobile media and the journalism curriculum, 2007,available at: http://137166.4 .200/ faculty/ arts/ commun/ research/ cameron_ mobile_ 07. pdf ,accessed on:1-2-2013.
- David Alpert: Time to end newspapers' anti-hyperlink policies, available at: http://greatergreaterwashington.org/post.cgi?id=1639, accessed in: 5/1/2010.
- David Murphy: Mobile Rich Media Grows Up, Scales Up, February 2012, available at:http://adfonic.com/wp-content/uploads/ 2012/03/Adfonic_ Whitepaper _FINAL _updated- 21.03 .12.pdf, accessed on: 24-1-2013.
- Fatma H.M.Abdel-Hafez: Assessment of the "Free Internet Access" Project on the. Internet Market in Egypt: System Dynamics View, available at: http://www. systemdynamics.org/conferences/2004/SDS_2004/PAPERS/276WAHBA.pdf, accessed on7/7/2010.
- Greg Goth: Who—and Where—Are the new Media Gatekeepers?, IEEE DISTRIBUTED SYSTEMS ONLINE 1541-4922 © 2005 Published by the IEEE Computer Society,Vol. 6, No. 7; July 2005, available at:http://ieeexplore.ieee.org /stamp /stamp.jsp?tp=&arnumber=1501754, accessed on: 21-11-2010.
- GSM Association, African Mobile Observatory.. Driving Economic and Social Development through Mobile Services, 2011, available at: http://www.mobileactive .org/files/file_uploads/African_Mobile_Observatory_Full_Report_2011.pdf, accessed on: 23-1-2013.

- Jaakko Sinisalo: Mobile Customer Relationship Management.. A Communica-tion Perspective, Academic dissertation to be presented with the assent of the Faculty of Economics and Business Administration of the University of Oulu for public defence in Arina-sali, on 20 December 2010, available at: http://herkules. oulu.fi /isbn9789514263910/isbn9789514263910.pdf , accessed on: 30-1-2013.
- J. Carl Ganter and Eileen E Ganter: sound in the story.. Balancing the tools in new-media journalism, The Poynter Institute for Media Studies, available at: http://www.joeweiss.com/2005/08/sound-in-story-pdf-by-j.html. accessed in: 12/1/2010.
- James L. Horton: Working with Convergence Journalists, 14/8/2007, available at:http://www.onlinepr.com/Holding/Working_with_Covergence_Journalists.pdf, accessed in: 14/1/2010.
- Jane B. Singer: Online Journalists: Foundations for Research into Their Changing Roles, 1-9-1998, available at: http://jcmc.indiana.edu/vol4/issue1/singer.html, accessed: 26-12-2009.
- Jane B. Singer: The Journalist in the Network. A Shifting Rationale for the Gatekeeping Role and the Objectivity Norm, Trípodos, número 23, Barcelona, 2008, available at: http://www.tripodos.com/pdf/Singer.pdf31.pdf , accessed on: 21-11-2010.
- Jay Rosen: Top Ten Ideas of '04: Open Source Journalism, Or "My Readers Know More Than I Do.", 28/12/2004, available at: www.journalism.nyu.edu/pubzone/weblogs/pressthink/2004/12/28/tptn04_ops.html , accessed in: 17/1/2010.
- Jeffrey Ghannam: Digital Media in the Arab World One Year After the Revolutions, A Report to the Center for International Media Assistance, March 28, 2012, available at: http://cima.ned.org/sites/default/files/CIMA-Arab%20 Spring%20Anniversary%20-%2005-14-12.pdf, accessed on: 26-11-2012.
- Jemima Kiss: Alan Rusbridger on open-source journalism, and other reasons to be cheerful about the future of news, guardian newspaper, 29/4/2009, available at: http://www. guardian .co.uk/ media /pda/ 2009/ apr /29 /alanrusbridger - newspapers, accessed in: 17/1/2010.
- João Canavilhas: Hypertext newswriting effects on satisfaction, comprehension and attitudes, available at: http://online.journalism.utexas.edu/2008/papers/Canavilhas.pdf, accessed: 6/1/2010.
- João Canavilhas: Web journalism: from the inverted pyramid to the tumbled pyramid, available at:http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-inverted-

pyramid.pdf , accessed in: 6/1/2010.

- Jo Bardoel & Mark Deuze: "Network Journalism": converging competences of old and new media professionals, available at:
http://jclass.umd.edu/classes/jour698m/BardoelDeuze+NetworkJournalism+2001.pdf , accessed on:26-4-2011.
- Jonathan Morgan: Web journalist, know thyself, OJR: THE ONLINE JOURNALISM REVIEW, 13-9-2006, Available at:
http://www.ojr.org/ojr/stories/060913morgan/ , accessed on: 21-12-2009.
- John Burke: Hyperlinking could change the writing styles of newspaper journalists,28/11/2005, available at:
http://www.editorsweblog.org/analysis/2005/11/hyperlinking_could_change_the.php , accessed in: 5/1/2010.
- John Morkes and Jakob Nielsen: Concise, SCANNABLE, and Objective:How to Write for the Web, 1997, available at:
http://www.useit.com/papers/webwriting/writing.html, accessed on: 10/1/2010.
- Jonathan Morgan: web journalist know theyself: OJR: the Online Journalism Review, 13 /9/2006, available at: www.ojr/stories/060913morgan/, accessed: 21/12/2005.
- Jon Zmikly & J. Shane Tyree: The Gatekeeping Function of Online Newspaper Editions, Fall 2007, available at:
http://www.jonzmikly.com/gatekeeping.pdf , accesed on: 21-11-2010.
- Juan Miguel Aguado & Inmaculada J. Martínez: Massmediatizing Mobile Phones: Content Development, Professional Convergence and Consumption Practices, This study is partially based on a research paper presented by the authors at the 2007 Mobile Media Conference organized by the University of Sydney, Australia (July 2-4), available at: http://web.bgu.ac.il/NR/rdonlyres/34396BDB-6C0E-4931-A077-697451885123 /34394/Aguadoedited.pdf , accessed on: 7-2-2013.
- Karine Barzilai-Nahon, Seev Neumann: Gatekeeping in networks: a meta theoretical framework for exploring information control, presented in the JAIS Sponsored Theory Development Workshop, ICIS 2005,available at:http://citeseerx.ist.psu .edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.100.5600&rep=rep1&type=pdf,accessed on:28-1-2010.
- Katrin Verclas with Patricia Mechael: A Mobile Voice: The Use of Mobile Phones in Citizen Media,November 2008,available at:http://mobileactive.org /files/A%20Mobile%20Voice-The%20Role%20o f%20Mobile%20Phones %20in %20 Citizen % 20Media. pdf , accessed on: 30-1-2013.
- Kim, Hye-won & Kim, Jong-deok and Lee, Hae-yun: A Study on the Public Sphere of Mobile Media, available at :

http://www.iasdr2009.org/ap/Papers/Orally%20Presented%20Papers/Media/A%20Study%20on%20the%20Public%20Sphere%20of%20Mobile%20Media.pdf , accessed on: 24-1-2013.

- Larry Dailey, Lori Demo & Mary Spillman: The Convergence Continuum: A Model for Studying Collaboration Between Media Newsrooms, A paper submitted to the Newspaper Division of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Kansas City, Missouri, July-August, 2003, available at: http://web.bsu.edu/ldailey/converge.pdf , accessed in: 13-1-2010.
- Larry Pryor: the third wave of online journalism, OJR: the Online Journalism Review, 18L4L2002, available at: http://www.ojr.org/ojr/future/1019174689.php , accesed on: 12/10/2011.
- Mark Glaser: how to succeed as acitizen media editor, OJR: the Online Journalism Review, 26/4/2002, available at: www.ojr/ojr/future/1019174689.php , accessed: 22/12/2005.
- Lee Humphreys, Thilo Von Pape and Veronika Karnowski: Evolving mobile media: Uses and conceptualizations of the mobile internet, Paper accepted for the Journal of Computer Mediated Communication, to appear in Volume 18, Issue 3 , 2012, available at: http://www.thilovonpape.de/publications/HumphreysvonPapeKarnowski_2013.pdf
- Laura Ruel and Nora Paul: Multimedia storytelling: when is it worth it? , OJR: the Online Journalism Review, 12/2/2007, available at: http://www.ojr.org/ojr/stories/070210ruel/ , accessed at: 12/1/2010.
- Leena Rao: Online Journalists More Optimistic About The Future Of Journalism than Print Peers, 30/3/2009, available at: http://www.techcrunch.com/2009/03/30/online-journalists-more-optimisitic-about-the-future-of-journalism-than-print-peers/, accessed in: 20/1/2010.
- Lidija Davis: Hyperlinks: The End of Online Journalism?,26/1/2009, available at: http://www.readwriteweb.com/archives/hyperlinks_the_end_of_online_j.php, accessed in: 5/1/2010.
- Marci McCoy Roth: How journalists see the Blogosphere, 2004, available at: http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.121.9805&rep=rep1&type=pdf , accessed on: 16-11-2010.
- Mark Deuze: What is journalism?..Professional identity and ideology of journalists reconsidered, Copyright © 2005 SAGE Publications (London, Thousand Oaks, CA and New Delhi), available at: http://www.promusica.se /Library/Electronic%20texts /Deuze2005.pdf, accessed in: 22/1/2010.

- Martha Stone, Jan Bierhoff: The State of Multimedia Newsrooms in Europe, available at: http://web.mit.edu/cms/Events/mit2/Abstracts/JanBierhoff.pdf, 2002, accessed in: 12/1/2010.
- Mike Cuenca: Where's the Multimedia in Online Journalism?, 1/9/1998, available at: http://quod.lib.umich.edu/cgi/t/text/textidx?c=jep;view=text;rgn=main;idno=3336451.0004.111, accessed in: 12/1/2010.
- Mindy McAdams: Reporter's Guide to Multimedia Proficiency, available at: http://www.jou.ufl.edu/faculty/mmcadams/PDFs/RGMPbook.pdf,accessed on: 12/1/2010.
- Naila Nabil Hamdy: The Internet and Egypt's National Development, available at: www.lass.calumet.purdue.edu/cca/gmj/OldSiteBackup/SubmittedDocuments/archivedpapers/fall2004/pdf_files/Hamdy-Refereed-GMJ-F04.pdf, accessed on: 4/6/2010.
- Nagwa Abdel Salam Fahmy: Revealing the "Agenda-Cutting" through Egyptian Blogs:An Empirical Study, available at: http://online.journalism.utexas.edu/2010/papers/Fahmy10.pdf, accessed on: 4/6/2010.
- Neil Thurman: Forums for citizen journalists? Adoption of user generated content initiatives by online news media, New Media & Society 10(1), February 2008, available at: http://www.city.ac.uk/journalism/download_files/thurman_forums.pdf, accessed in: 14/1/2010.
- Neil Thurman and Ben Lupton: Convergence calls: Multimedia storytelling at British news websites, available at: http://www.city.ac.uk/journalism/download_files/thurman_lupton_final.pdf, accessed in: 12/1/2010.
- Nikki Usher: Skills training is not enough for the digital journalist, OJR: the Online Journalism Review,18/2/2009, available at: http://www.ojr.org/ojr/people/nikkiusher/200902/1654/ ,accesed on: 21/12/2009.
- Nils G. Indahl: The gatekeeper of one, A Danish version of this paper was presented in the anthology Når nettet ændrer verden (When the net changes the world), published by Børsens Forlag, Copenhagen, 2001, available at: http://www.indahl.com /documents /gatekeeper.pdf , accessed on: 21-11-2010.
- Oliver Reichenstein: the future of news.. how to survive the new media shift, (Tokyo: Information Architects K.K, 2007(, scanned book available at: http://informationarchitects.jp/iA_future_of_newspapers_v05.pdf , accessed in: 21/1 /2010.

- Omotayo Banjo, Yifeng Hu and S. Shyam Sundar: Cell Phone Usage and Social Interaction with Proximate Others: Ringing in a Theoretical Model, The Open Communication Journal,2008,2,127-135, available at: http://php.scripts.psu.edu /users/o/o/oob100/127TOCOMMJ.pdf , accessed on: 3-2-2013.
- Open source journalism, From Wikipedia, the free encyclopedia, last modified on 8 January 2010, available at: http://en.wikipedia.org/wiki/Open_source_journalism,accessed in: 17/1/2010.
- Pew Research Center's Internet & American Life Project, Mobile Connections to Libraries, DECEMBER 31, 2012, available at: http://libraries.pewinternet. org/files/legacy-pdf/PIP_MobileConnectionsToLibraries.pdf , accessed on: 20-1-2013.
- Pew Research Center's Project for Excellence in Journalism, Future Of Mobile News, October 1, 2012, available at: http://www.journalism.org /sites/journalism.org /files /Futureofmobilenews%20_final1.pdf, accessed on: 20-1-2013.
- Rasha A. Abdulla: An Overview of Media Developments in Egypt: Does the Internet Make a Difference?, Spring 2006, available at: http://globalmedia.emu.edu.tr/spring2006/8.%20Rasha%20A.%20Abdulla%20Egyptian_ Media.APA.pdf ,accessed in: 4/6/2010.
- Rhodes Journalism Review (RJR) 31, September 2011, available at: http:// www. rjr.ru.ac.za/rjrpdf/rjr_no31/rjr31.pdf , accessed on: 30-1-2013.
- Rich Gordon: Online opportunities make journalism's future bright, despite gloomy feelings, OJR: the Online Journalism Review, 27/10/2005, available at: http://www.ojr.org/ojr/stories/051027gordon/, accessed in: 20/1/2010.
- Robert Huesca and Brenda Dervin: Hypertext and Journalism: Audiences Respond to Competing News Narratives, available at: http://web.mit.edu/comm-forum/papers/huesca.html, accessed in: 7/1/2010.
- Robert Niles: Don't forget the value of hyperlinking, OJR: the Online Journalism Review, 21/9/2007, available at: http://www.ojr.org/ojr/stories/070920niles/, accessed in: 5/1/2010.
- Robert Niles: Michael Jackson's death and its lessons for online journalists covering breaking news, OJR: The Online Journalism Review, 29-6-2009, available at: http:/ /www. ojr.org/ojr/people/robert/200906/1755/, accessed on: 13-4-2011.
- Ruud Koopmans and Ann Zimmermann: Visibility and Communication Networks on the Internet: The Role of Search Engines and Hyperlinks, available at: http://www .mzes .unimannheim. de /projekte/typo3 /site /fileadmin/BookSeries/V

olume_Two/Ch7_final_final.pdf , accessed in: 29/1/2010.

- Scott Adams: Gatewatching, Not Gatekeeping: Collaborative Online News, The Dilbert Future (1998: 202), available at: http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.155.4738&rep=rep1&type=pdf , accessed on: 21-11-2010.
- Seth C. Lewis, Kelly Kaufhold, and Dominic L. Lasorsa: Thinking about Citizen Journalism: Perspectives on Participatory News Production at Community Newspapers, available at: http://online.journalism.utexas.edu/2009/papers/Lewisetal09.pdf , accessed on: 21-11-2010.
- Seungahn Nah and Deborah Chung: Rating Citizen Journalists Versus Pros: Editors' Views, Newspaper Research Journal • Vol. 30, No. 2 • Spring 2009, available at: http://aejmc.org/topics/wp-content/uploads/2009/06/nah.pdf, accessed on: 21/11/2010.
- Shin Mizukoshi: the Future of Jourmalism in cyperspace, available at: http://s-space.snu.ac.kr/bitstream/10371/1899/1/jcrv34n0_019.pdf, accessed in: 20/1/2010.
- Silvia Elaluf-Calderwood, Carsten Sorensen and Ben Eaton: Digital Innovation on Mobile Platforms: A Business Model Analysis, available at: http://de2011 .computing.dundee.ac.uk/wp-content/uploads/2011/10/Digital-Innovation -on-Mobile-Platforms-A-Business-Model-Analysis.pdf , accessed on: 30-1-2013.
- Steve Paulussen: User Generated Content in the Newsroom: Professional and Organisational Constraints on Participatory Journalism, Westminster Papers in Communication and Culture © 2008 (University of Westminster, London), Vol. 5(2):24-41. ISSN 1744-6708 (Print); 1744-6716 (Online), available at: http://westminsteruni.dev.squiz.co.uk/__data/assets/pdf_file/0005/20021/WPCC-Vol5-No2-Paulussen_Ugille.pdf , accessed on: 30/1/2010.
- Stephen Quinn: Mobile Journalism enables New Spapers To provide real-time coverage Online, available at: http://innovation-mediaconsulting.com/files /file /INNOVATIONS %20IN%20NEWSPAPERS%202009-PDF'S/14_%20Mojos%20 (eng) .pdf , accessed on: 1-2-2013.
- Stig Nordqvist: Mobile e-paper devices changing media habits and challenging traditional journalism, May 23, 2007, available at: http://www. innovationjourna lism.org/ij4/presentations/stignordqvistmalinpicha.pdf , accessed on: 30-1-2013.
- Sylvie van Nieuwerburgh: Journalists in a digital age..Trust will rule in the future of journalism, Thesis Master Journalism and New Media, Universiteit Leiden, available at:

http://www.denieuwereporter.nl/wp-content/uploads/2007/10/Scriptie %20alles% 20 versie % 202.pdf, accessed on: 28-1-2010.

- Tamara Witschge and Gunnar Nygren: Journalism: A Profession Under Pressure? , Journal of Media Business Studies, 2009. available at: http://eprintsgro.gold.ac.uk/2128/1/Witschge_Nygren_Journalism_as_profession.pdf, accessed in: 22/1/2010.
- Thorsten Quandt: Online Journalists in Germany 2002.. The first representative survey on German online journalists, available at: http://www.tuilmenau.de/fakmn/fileadmin/template/ifmk/fachgebiete/Medienwissenschaften/Dokumente/AEJMC_Paper.pdf , accessed on: 26-4-2011.
- TM capital, Digital Media: Monetizing Social and Mobile Media Industry Spotlight, 2010, available at: http://www.ccf.hu/documents//0/0000000122.pdf, accessed on: 1-2-2013.
- Understanding the Arab Digital Generation, Booz & Company – Google Arab Digital Generation survey 2012, available at: http://www.wamda.com/web /uploads/resources /BoozCo_Understanding-the-Arab-Digital-Generation.pdf , accessed on: 16-10-2012.
- UNICEF South Africa, South African mobile generation.. Study on South African young people on mobiles, 29 May 2012, available at: http://www.unicef.org /southafrica/SAF_resources_mobilegeneration.pdf, accessed on: 22-1-2013.
- Wiebke Loosen: The Technicalization of Journalism: Impacts on its Structure and Function, Presented to the Media and Production Analyses Working Group at the 23 Conference and General Assembly of the International Association for Media and Communication Research (IAMCR/AIECS/AIERI), Barcelona, 21-26 of July 2002, available at: http://www.portalcomunicacion.com/bcn2002/n_eng/programme/prog_ind/papers/l/pdf/l005wg21_loose.pdf , accessed in: 13-1-2010.

المؤلفة في سطور

وسام كمال محمود الحنبلي

- ✍ باحثة ومحاضرة في الإعلام الجديد   wesamkamal@hotmail.com
- ✍ حاصلة على ماجستير في الإعلام الإلكتروني من قسم الصحافة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة في ديسمبر 2011م، وباحثة دكتوراه في الإعلام المحمول بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
- ✍ صدر لها كتاب بعنوان: "حكايات وراء الحجاب" عام 2004م.
- ✍ حاضرت ودرَّبت في عدد من الورش والدورات الإعلامية.
- ✍ عملت باحثة ومحررة بالمركز العالمي للوسطية في دولة الكويت (2007-2009م).
- ✍ عملت في الصحافة الورقية والإلكترونية والإعداد للبرامج التلفزيونية وكتابة الأفلام الوثائقية.
- ✍ شاركت بأوراق بحثية في المؤتمرات التالية: مؤتمر "الاتصال ومجتمع المعرفة" بالجامعة الأمريكية بالقاهرة في يوليو 2005م، مؤتمر "مستقبل الإعلام بعد الثورات العربية" والذي نظمته جامعة الأهرام الكندية في مارس 2012م، مؤتمر "إعلام الأزمات وأزمة الإعلام" والذي نظمته جامعة الأهرام الكندية في مايو 2013م.
- ✍ شاركت في ورشة عمل دولية حول الاتصال السياسي والمجال العام في مصر، والتي أقيمت في المركز الإعلامي العلمي بالقاهرة (DWZ) يوم الأربعاء 8 مايو 2013، وكانت المداخلة بعنوان "الهارلم شيك.. وملاحظات حول آليات الاحتجاج السياسي عبر الشبكات الاجتماعية".
- ✍ شاركت في كتاب جماعي قيد الطبع، بورقة بعنوان "المجال العام في عهد مرسي.. الشبكات الاجتماعية والتحول اللاديمقراطي"، تم كتابة الدراسة في أكتوبر 2013م.
- ✍ الأوراق والأبحاث المنشورة:
- ✍ ورقة حول "الخطاب الإعلامي للإعجاز العلمي"، شبكة إسلام أون لاين، 2007م.
- ✍ بحث محكم بعنوان: "بيئة العمل الإلكتروني في مصر"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، عدد خاص، الجزء الأول، سبتمبر 2013م.
- ✍ بحث محكم بعنوان "الاستخدامات الإعلامية للوسائط المحمولة في مصر"، المجلة العربية لعلوم الاتصال والإعلام، العدد الأول، إبريل/مايو 2013م.

الإعلام الإلكترونى والمحمول

بين المهنية وتحديات التطور التكنولوجى

هذا الكتاب

أثرت شبكة الإنترنت في تطوير جميع وسائل الإعلام وبخاصة الصحافة. ولأن المعايير المهنية في الصحافة قابلة للانتقال من وسيط لآخر، فقد كانت الصحافة على مدار تاريخها تتأثر إيجابيًا وسلبيًا بظهور الوسائل الإعلامية الجديدة كالسينما والراديو والتليفزيون وأخيرا الإنترنت، حتى ظهرت ما يعرف بالصحافة المحمولة والأخبار العاجلة عبر الرسائل النصية القصيرة وتطبيقات الصحف على التليفون المحمول والوسائط اللوحية.

يحاول هذا الكتاب الاقتراب من التطورات المهنية في العمل الصحفي والإعلامي في الإعلام الإلكتروني والمحمول، والمعالجة النقدية لواقع الإعلام الإلكتروني العربي، والتطرق إلى تأثير شركات "وادي السيليكون" في الإعلام العربي والمحتوى العربي على الإنترنت، وبخاصة شبكات التواصل الإجتماعي ومواقع مشاركة الفيديو.

ويقدم هذا الكتاب دليلاً مهنيًا لمهارات العمل الإعلامي على الإنترنت، ويلقي نظرة واسعة على الدراسات العربية وغير العربية حول الصحافة الإلكترونية والإعلام المحمول، بما ينفع كلا من الباحثين الأكاديميين في مجال الإعلام الرقمي، وصحفيي الإنترنت، ومحرري التواصل الاجتماعي، ومطوري التطبيقات المحمولة، والمواطنين الصحفيين.

الناشر

عبد الحى أحمد فؤاد

دار الفجر للنشر والتوزيع

٤ شارع هاشم الأشقر- النزهة الجديدة - القاهرة   تليفون : ٢٦٢٤٦٢٥٢   فاكس : ٢٦٢٤٦٢٦٥

www.daralfajr.com   info@daralfajr.com

ISBN 978-977-358-308-8

